



T.C.
YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ANTROPOLOJİ ANA BİLİM DALI

KÜLTÜREL BAĞLAMDA KADIN ve GÜZELLİK

“Türkiye’de Bir İktidar Alanı Olarak Elitler Üzerinden Güzellik Anlayışına ve Bir Tüketim Nesnesine Dönüşen Kadın Sorununa Bakış”

Ebru GÜZEL

Tez Danışmanları:
Prof. Dr. Akile R. GÜRSOY
Prof. Dr. Mehmet Z. SUNGUR

Antropoloji Bölümü doktora derecesi için Sosyal Bilimler Enstitüsü’ne sunulmuştur.

İstanbul – 2013



T.C.
YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KÜLTÜREL BAĞLAMDA KADIN VE GÜZELLİK

“Türkiye’de Bir İktidar Alanı Olarak Elitler Üzerinden Güzellik Anlayışına ve Bir Tüketim Nesnesine Dönüşen Kadın Sorununa Bakış”

ONAY:

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Akile R. GÜRSOY

Tez Üyesi: Prof. Dr. Ayseli USLUATA

Tez Üyesi: Doç. Dr. İnci USER

Tez Üyesi: Yrd. Doç. Dr. A. Aybil GÖKER

Tez Üyesi: Yrd. Doç. Dr. H. Yaprak CİVELEK

TESLİM EDEN : Ebru GÜZEL
TEZ SAVUNMA TARİHİ : 26.03.2013
TEZ ONAY TARİHİ : 26.03.2013

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	v
ÖNSÖZ.....	viii
ABSTRACT.....	xvi
ÖZET.....	xviii
BÖLÜM I. ARAŞTIRMA ALANI.....	1
1.1. Konu: “Kültürel Bağlamda Kadın ve Güzellik”	1
1.2. Sorun	4
1.3. Teorik Çerçeve	5
1.3.1. Elit Teorisi	6
1.3.2. Türkiye’de Elit Kavramı ve Elit Gruplar	7
1.3.3. Elitler, Kadın, Güzellik	9
1.4. Önem ve Öncelikler	17
1.5. Amaç	19
1.6. Araştırmanın Odağı	20
BÖLÜM II. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	21
2.1. Güzellik Kavramının Kökenleri.....	21
2.1.1. Güzel Nedir/Kimdir?.....	21
2.1.2. İdeal Güzellik.....	23
2.1.3. Düalistik Güzellik	28
2.1.4. Modern Güzellik	36
2.2. Güzellik Endüstrisi	41
2.3. Medyada Güzellik ve Kadın Temsili	61
2.3.1. Medyada “Güzellik ve Kadın Temsili”ne Genel Bakış	61
2.4. Güzellik Hiyerarşisi ve “Sağlıksız Güzellik”	70
BÖLÜM III. KÜLTÜR TARİHİNDE GÜZELLİK ve FEMİNİZM	85
3.1. Cumhuriyet’in İlanından Günümüze Kadının Toplumsal Konumu.....	86
3.1.1. Osmanlı Kadını	86
3.1.2. Türkiye Cumhuriyeti’nde Kadın Kimliği	94
3.2. Savaş Dönemlerinde Kadın (1918 - 1970)	103
3.3. Feminist Yaklaşımlar, Kadın, Güzellik.....	109

3.3.1. Toplumsal Cinsiyet Söylemi	114
3.4. Post-modern Bakış Açısıyla Kadın	123
3.5. Tüketim Nesnesi Olan Kadın.....	133
BÖLÜM IV. METODOLOJİ	138
4.1. Araştırmada Kullanılan Yöntem ve Teknikler	138
4.2. Alan Çalışması.....	140
4.3. Araştırmanın Etik Boyutu	143
4.3.1. Antropolojide Etik.....	143
4.3.2. Araştırmada Yaşanan Sorunlar ve Etik Kaygılar	144
BÖLÜM V. BULGULAR ve DEĞERLENDİRMELER.....	146
5.1. Kadının Toplumdaki Konumunun Şekillenmesi:	146
5.1.1. İki Farklı Kadın Tipi Ortak Bir Sorun: “Tüketim Nesnesi Kadın”	154
5.2. “Güzellik” Nedir?	159
5.3. Güzelliğin Gücü ya da “Güzellik Hiyerarşisi”	170
5.4. Güzellik Simgesi Kadınlar: Moda İkonlar, Rol Modeller, Ünlüler	178
5.5. Güzellik Endüstrisine Bakış: “Neden Estetik Cerrahi?”	188
5.6. 50 Yaşın Güzelliği ve “Kadınlık Bilinci”	193
5.7. Bir Eril İktidar Mücadelesi Olarak “Kadın Korkusu”	199
BÖLÜM VI. SONUÇ.....	208
EKLER.....	220
EK 1- KADIN ADAYLARI DESTEKLEME ve EĞİTME DERNEĞİ (KA.DER)	
2011-2012 “TÜRKİYE KADIN İSTATİSTİKLERİ”	220
EK 2- DÜNYADA KADINA ŞİDDET.....	239
EK 3 - GÖRÜŞÜLEN KİŞİLERİN DEMOGRAFİK BİLGİLERİ.....	241
EK 4- KİŞİSEL TANITIM BİLDİRİSİ VE GÖRÜŞME REHBER FORMU	245
EK 5- GÜZELLİĞİ ANLATAN KAVRAMLAR.....	247
EK 6- GÖRSELLER	248
EK 7- TABLOLAR.....	249
KAYNAKLAR.....	250
ÖZGEÇMİŞ.....	270

TEŞEKKÜR

Tezin ilk sayfası olmasına karşın en son ve en zor yazılan yeridir “teşekkür” bölümü. Onca acı-tatlı deneyimle karışık, “ilk”lere götürür sizi. Okul günlerine, ders defterlerinin sayfalarına, anılara, notlara... Sayfalara düştüğünüz notları, bir başka insan olarak okursunuz bu defa. Gözünüze çarpan ilk etrafı çizili, “*İnsan, ölümsüzlüğü bulan bir canlıdır; çünkü eserleri ile kendini yaşatmaktadır*” yazısında, aslında daha en başından sona işaret ettiğinizi kavrsınız belki de benim gibi. Her şey sona erdiğinde ise bu sözlerin sahibine, sizi ölümsüzleştirdiği için teşekkür etmek istersiniz, ancak bu bile yeterli gelmez. İşte bu ölümsüzlük yolculuğunda gözlerim henüz kör ve yazamazken, elimden sıkıca tutarak bana yol gösteren, tezin ilk danışmanlığı görevini üstlenerek beni onurlandıran, bilge insan Sayın Prof. Dr. Bozkurt Güvenç’e şükranlarımı sunuyorum.

Yeditepe Üniversitesi Antropoloji Bölümü başkanı ve danışmanım Sayın Prof. Dr. Akile Reşide Gürsoy’a güzide kişiliği ile bana kucak açtığı ve tezin çok sesli olmasında gösterdiği tüm katkılarından dolayı teşekkür ediyorum. Antropolojinin disiplinlerarası ve özgür çalışma alanı sayesinde araştırmaya farklı bir bakış açısı kazandıran ve tezin yardımcı danışmanlığını üstlenen Sayın Prof. Dr. Mehmet Zihni Sungur’a, kendi seminer çalışmalarına beni de dâhil ederek bilgi dağarcığımı zenginleştirdiği için çok teşekkür ediyorum.

Ortadoğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ)’deki öğrencilerinin kendisine belki de en çok ihtiyaç duyduğu günlerde, hiç tanımadığı bir öğrencinin sınavına, yanında bir defter dolusu notla gelen, tezin hemen her köşesine yol haritaları çizen ve bana hitaben yaptığı konuşmayla gözlerimi yaşartan jüri başkanımız Sayın Prof. Dr. Yıldız Ecevit’e, şükranlarımı sunuyorum. Sınava katılamadığı halde yazılı olarak görüşlerini paylaşan, çalışmamı her daim takip eden, görüşleriyle tezde sıklıkla yer bulan Sayın Prof. Dr. Fatmagül Berktaş’a teşekkür ediyorum. İletişim alanında yüksek lisans yaptığım yıllarda hep tanışmak istediğim ve tanıştıktan sonra kendisine hayranlık beslediğim Sayın Prof. Dr. Ayseli Usluata’ya çok teşekkür ediyorum. Yaşamımda ender rastladığım, desteğiyle kadın dayanışmasının en güzel örneğini sergileyen, enerjisi ve olaylara hâkimiyetiyle başımı döndüren Sayın Prof. Dr. Sedefhan Oğuz’a da ayrıca şükranlarımı sunuyorum.

Tezin yeniden düzenlenmiş halini sunduğum ikinci savunma sınavı komitesine yedek jüri üyesi olarak katılan Sayın Doç. Dr. İnci User’e katkı ve önerileri için teşekkür ediyorum. Okula başladığım yıllarda hem verdiği dersle, hem de tez izleme kurullarında

eleştirel yorumlarıyla beni zorlayan, sevgili Yrd. Doç. Dr. Ayşe Aybil Göker'e, azmimi perçinlediği için çok teşekkür ediyorum. Beni billur sesiyle doktora programına başlatan, çıkmaza girdiğim yerlerde zamanını, çalışma masasını, sofrasını ve arkadaşlığını paylaşan, eğitim danışmanım Yrd. Doç. Dr. Hatice Yaprak Civelek'e çok teşekkür ediyorum. Ayrıca çalışmanın asal olmasa da manevi jüri üyesi ve tezin kitap danışmanlığını üstlenen sevgili hocam Mario Levi'ye de teşekkürü bir borç biliyorum.

Bu kadar değerli bir akademik kadrodan aldığım eğitimin yanında, kurduğum harika dostluklar içinde samimiyeti ve dürüstlüğü ile herkesin sevgilisi olan, her bunaldığımda evlerinde soluğu aldığım ve birlikte çıktığımız ölümsüzlük yolculuğunda yaralarımı saran Gözde Dalan Polat'a ve eşi Cuma Ali'ye, duaları için ne kadar teşekkür etsem azdır. Savunma sınavı öncesi tezin son göz okumasını yapan, benimle kitaplarını, farklı düşüncelerini ve bilgilerini paylaşan dönem arkadaşım Evren Bayramlı'ya sanırım teşekkürden fazlasını borçluyum. Ödev partnerim, bitmeyen yaşam enerjim, sorun çözücü ve güler yüzlü dostum Ebru Özülkü'ye ve sevgi dolu ailesine de ayrıca teşekkür ediyorum.

Bundan 20 yıl önce kırmızı pançosuyla karşıma çıkan ve hayatımın en güzel yıllarını birlikte geçirdiğim Aylin'i ve kahkaha deposu eşi Ercan Arslan'ı, feminist kitaplardaki tercümelerde imdadıma yetiştikleri, baktılar ki çözülecek gibi değil beni yardımsever arkadaşları Murat Çetiner'e yönlendirdikleri ve leziz sofralar kurarak moralimi yükselttikleri için sevgiyle kucaklıyorum. Alan çalışmasında bana adeta sekreterlik görevi yapan, ikinci annem Markis Ayda Özattar'a, Ankara'daki önemli görevlerde yer alan katılımcılarla beni buluşturmakla kalmayıp dost kalbini açan Ferkan Çelik'e, beni kitaba boğan Cumhuriyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni İbrahim Yıldız'a ve yazarlarına, bulamadığım kitaplar için başına bela olduğum Hikmet Çetinkaya'ya, tezde yaşadığım her sorunda eniştesi, merhum Prof. Dr. Ünsal Oskay'ın akademik disiplinine dair anekdotlar aktararak bana pozitif telkinlerde bulunan patronum Mehmet Yakup Yılmaz'a, doktora süreci boyunca manevi olarak yanımda olan sevgili hocam Prof. Dr. Fikrettin Şahin'e, tez konusunu ilk öneren Prof. Dr. Ahmet Karacalar'a, savunma sınavı öncesi beni okkalı bir sınava tâbi tutan aile büyüğüm Prof. Dr. Galip Gökhan Töre ve biricik eşine, görüşleriyle tezime katkı sağlayan Prof. Dr. Nuri Orhan'a, manevi olarak hep yanımda olduğunu bildiğim canım yengem Özlem Güzel'e, bilgisayarlarımı iyileştiren adı gibi bir tane olan kuzenim Yekbun Akbaş'a, kardeşim Evgin Atalay'a, kötü gün dostu Güvenç Dağüstün'e, güzel arkadaşım Mayda Mari Gazeryan'a, sınav zamanları defile

provalarında beni idare eden dostum Tevfik Uğurkan Erez'e ve model arkadaşlarıma, bir İstanbul beyefendisi olan bölüm sekreterimiz Feyzi Kılıç'a, Y. Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün yardımsever idari personeline ve alan çalışmasında görüştüğüm birbirinden değerli ve çalışmalarıyla nam salmış tüm katılımcılara binlerce defa teşekkür ediyorum.

“Toplumun refahı ve mutluluğunun, genel kültürü yüksek, eğitilmiş ve ekonomik bağımsızlığını kazanmış kadınlarla mümkün olacağına” inanan, bu gerekçe ile ve işimden ayrılmamdan dolayı bana yüzde 50 burs imkânı sağlayan, ömrünü okuyarak ve özellikle kız çocuklarını okutarak geçiren ve antropolojiyi ülkemizde yaşatmaya çalışan Sayın Bedrettin Dalan'a, şahsıma kattığı değerlerden dolayı şükranlarımı sunuyorum.

Yaşamımda çifte kumrular olarak aşkları ve sadakatleriyle bana hep örnek olan ve soyadları gibi yaşayan, hayatımdaki en değerli iki insana; anne ve babama minnettarım. Mutlu bir aileye sahip, şanslı biri olarak, asıl ve son teşekkürü geride bıraktığı mutsuz bir ailenin, şanssız bir kadınına sakladım. Özgürlük ve eşitlik için ıstırap çekmiş, örselenmiş, katledilmiş kadın hikâyelerini okudukça yüzünü hayalimde canlandırıdığım, dokuzuncu çocuğunu dünyaya getirirken yaşamını yitiren, babamın canı, hasreti, evdeki silik bir siyah-beyaz fotoğrafın sahibi, babaannem Azize'ye... Sanırım asıl teşekkür o ve onun gibi, isimsiz nice kadın kahramanlara edilmeli. Bizleri bugünlere karnında, kollarında, sırtında taşıyan tüm kadınlara! Mavi Gözlü Dev'in şiirindeki gibi:

(...) anamız, avradımız, yârimiz ve hiç yaşamamış gibi ölen

ve soframızdaki yeri öküzümüzden sonra gelen;

(...) kadınlar,

bizim kadınlarımız...

Yıldızların altında uyuyun.

ÖNSÖZ

“İsminiz, kaderinizdir” derler. Yaşam hikâyemin bu sihirli cümlede saklı olduğunu düşünüyorum. Kader denilen şey var mı, yoksa biz insanlar kadere sığınarak teselli mi arıyoruz bilmiyorum, ama evrenin rastlantılara yer vermeyecek bir ciddiyette çalıştığını düşünüyorum. Sanırım ben de aynı ciddiyetle, cinsiyet, bedensel form, soyadı gibi doğuştan gelen özelliklerime uygun bir meslek seçtim: Modellik! Daha küçük bir kız çocuğuyken hızla uzayan boyum ve incecik fiziğimle yaşıtlarımdan farklı olduğum konuşuluyordu. Bana “Sultan” lakabını takan dedemin sık sık, “*Bu kız kraliçe olacak, güzellik yarışmasına sokun*” dediğini hatırlıyorum. Rüya gibi bir gelecek bekliyordu beni belki de... Ne var ki, güzellik endüstrisinin kurallarını öğrenmeden modelliğe başlamanın çok sıkıntısını yaşadım. Güzellik yargısını taşımanın ve tüketime dayalı güzellik hiyerarşisi içinde konumlanabilmenin ağır bir sorumluluk gerektirdiğini kavramam on yıl sürdü. Soyadımı tez konusu yapacağımdan habersiz, uzun bir süre iç sıkıntılılarıyla boğuştum. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi’nde yüksek lisans yapma kararı aldığım 2004 yılı, yaşamımda bir dönüm noktasıdır.

Bir kadının kendisini güzel bulup bulmadığını anlaması, aynaya bakmakla ölçülemeyecek kadar zor bir karardır. Sıradan bir kadın için çevresinin onayı güçlü bir referans oluştururken, sıradanlıktan seçilmişliğe geçmek, taçlandırılmış olmayı gerektirir. Profesyonellerden oluşan bir jürinin, belirli standartlara uygun bulduğu adayları derecelendirdiği güzellik ve mankenlik yarışmaları, birer deneyim alanlarıdır. Bu bağlamda önce Türkiye’de yapılan bir mankenlik yarışmasında, sonra Malezya’da düzenlenen bir dünya güzellik yarışmasında taç giymenin rüya gibi bir deneyim olduğunu söyleyebilirim. Ekonomik bağımsızlığımı kazandım; renkli bir çevrem oldu; dünyanın 40’ı aşkın ülkesini, 100’e yakın şehrini gördüm. Taçlandırılmış olmamın podyumdaki yürüyüşüme özgüven kattığı da doğrudur. Ama bu konunun büyük çelişki ve sorunlar barındırdığını ifade etmek istiyorum. Genelde yüksek platformda kurulan podyumda yürümeyi ve podyumdan iner inmez insanların arasına karışabilmeyi, iki farklı gezegende hızlı seyahat etmeye benzetiyorum. İzleyenlerin hayranlık dolu bakışları ve alkışları eşliğinde tanrıça gibi bir konumdan, defile bitiminde kendi giysilerinize büründüğünüz ana geçebilmek, iki farklı kimliği dengede tutmayı gerektiriyor.

Güzellik endüstrisinin biz kâğıt bebeklere öğrettiği değişmez kural, “baştan çıkarma” ve “bireysel narsizm” (kendini beğenme) duygusudur. İzleyiciyi baştan çıkaran

ve bundan haz aldığı gözünden okunan model için başarı göstergesi, isminin bir sonraki gün medya haberlerinde yer bulmasıdır. Sessiz bir anlaşma şeklinde gerçekleşen bu döngüde model, “seksi”, “Lolita”, “masum” ya da “arzu dolu” gibi adlandırmalardan oluşan yeni kadın kimliğini sergilemeyi kabul eder. Kendini göstereceği en çarpıcı alan olan podyumun ucunda verdiği pozuyla, bu kimliği içselleştirebilen model “zirveye” çıkar. Diğerleri de onu, kuliste kurulan monitörden izlerler. Buna verebileceğim en son örnek, İstanbul Moda Haftası (2012 - Bahar) kapsamında düzenlenen defilelerin birinde, bir dizi filmde masum bir kadın rolünü oynayan, başarılı bir modelin podyumun ucunda ağzı yarı açık, sevişme anındaymış gibi verdiği pozdur. Bu poz Baudrillard’ın *simulakr* evreninde anlattığı gerçekliğin “mış gibi”, taklitlerle yeniden üretildiği (simüle edildiği) bir sahne olarak yorumluyorum. Özellikle erkek izleyicilerin fantezisini anlık bir görüntü ile canlı tutan bu poz, bir başka baştan çıkarma anının ümidiyle modeli zirvede tutan bir oyuna dönüşür. Ne tesadüftür ki defile bitiminde, kuliste, kendi giysilerini giydiği sırada modelin “... gibi poz verdim, ne yaptım ben?” diye yakındığını duydum. Bu cümle yalnız benim değil, bazı modellerin de benzer farkındalığa sahip olmasına rağmen, kurallara boyun eğişinin kanıtı niteliğindeydi. İç dünyamızda büyük çelişkiler barındırıyorduk!

Profesyonel güzelliğin bir başka boyutu şöhret yönetimidir. Ne yazık ki ülkemizde yükseköğrenim görmeyen ve sadece fiziksel özelliklerin yeterli olduğunu sanan modelleri eğitebilecek okul niteliğinde bir kurum olmadığı gibi profesyonel anlamda hizmet veren modellik ajansı ya da menajer sayısı da çok azdır. Hızlı edinilen “ünlü” (*celebrity*)¹ kimliği sonucunda, genç yaştaki mankenlerin podyumda yaşadığı şöhreti ve onun getirdiği anlık tatmini, günlük yaşamda da araması bazı sorunlar doğurabilmektedir. Zararlı alışkanlıklar, arkadaşlıklar, kusursuz beden imajı saplantısı, psikolojik dengesizlikler ya da yaşamdan zevk alamama gibi pek çok sorun yaşandığını söyleyebilirim. Azımsanmayacak ölçüde blumik, anoreksik, alkol ve marka bağımlısı model arkadaşım var. Tanıdığım bir model kendini asarak, bir diğeri ise eroinden öldü. İdealle edilen güzelliğe ulaşabilmek adına defalarca estetik ameliyat olan modellerin maddi ve manevi zararlarına tanık oldum. Ben dâhil, burun veya meme ameliyatı geçirmemiş ender modelin olduğunu, çoğumuzun birden fazla operasyon geçirdiğini belirtmek istiyorum. Örneğin bir burun düzeltme operasyonu için üç kez ameliyat masasına yatmak zorunda kaldım.

¹ *Celebrity*ler yalnızca ünlü insanlar değildir, çok insan tarafından süper insan olarak tanınan, hayranlık duyulan kişilerdir (Hankiss, 2006:248).

Estetik ameliyatı tercih eden bu kadar çok mankenin olmasında bence yine özgüven duygusu başrolde. Mankenlerin üzerindeki güzellik baskısına en basit örnek gazetelerde yer bulan güzelliğin kara lekesi (!) sivilce sorunlarıdır. Zaman zaman aynı sorun sebebiyle magazin sayfalarında çoklukla yer bulduk. Kaldı ki benim okulda sivilcelerimle görülmüş olmam (!) bir internet sözlüğüne konu olmuştur. Bir dönem yolda yürürken insanlardan, “*O kadar da güzel değil!*”, “*Ne kadar zayıf!*”, “*Aç mı geziyor bunlar?*” gibi sözler duyardım. Hayatım boyunca insanlar bana, sanki doktormuşum gibi zayıflama önerisi, diyet listesi sordu. Yakınlarım dâhil insanları diyet yapmadığıma ve üç öğün yemek yediğime inandıramadım. Toplumsal yargılar, dedikodular, yaftalamalar ya da kıskançlık duygusu anlaşılabilen şeylerdir. Bunları bir toplumun demografik değerlerindeki eksikliğe ilintileyerek geçiştirmek mümkün. Ne var ki modellerin birbirine olan yaklaşımı daha acımasızdır. Provalarda, kulis arkasında kusur arayan ifadeler çoktur; çünkü birlikteyken güzellik çitamız yüksektir.

Bütün bu yaşadıklarımın tüketime dayalı güzellik hiyerarşiyle bağıntılı olduğunu düşünüyorum. Hep daha fazla “güzel”, daha “alımlı”, daha “çok aranan”, daha “fit” ve “en iyi” görünme arayışı içinde olduğumuzu, karşımızdakinin kusuruyla geçici bir tatmin yaşadığımızı düşünüyorum. Bundan rahatsızlık duymama rağmen, gözlerim neden en güzel ve en kusurlu bölgeyi arıyordu, bilmiyordum. Sanki göz göze geldiğimiz anda, birimiz anlık özgüven çöküşü yaşıyordu. Halen yanıldığımı sanmıyorum. Aramıza katılan yeni bir modelin güzel veya çirkin herhangi bir bölgesi her zaman konuşma konusu oluyor ya da fotoğrafını gördüğümüz her güzel kadın saç telinden, tırnağına kapsamlı bir incelemeden geçiyordu. Çünkü “kusursuzu” arıyorduk. Aslında erkek egemen toplumda sosyalleşen her kadın gibi bize de, eksik olduğumuz öğretilmişti. Parçalanmış bedenlerimizle, eksik bırakılmış benliğimizi tamamlama yarışında, önde koşuyorduk (!).

Modelliğe ilk başladığım yıllarda deneyimli ya da hiyerarşik kategorinin en tepesindeki modellerin bana “merhaba” dahi dememesiyle başlayan rekâbet ve değersizleştirme çabasına inat, çirkin ördek yavrusu gibi bir kimlik oluşturma hikâyesidir yaşadıklarım. 20’li yaşlarda her an düşmanlığa dönebilen arkadaşlıklardan, itibar, ün, para gibi kaynakları yönetebilme becerisine, doğru kişilerle çalışma kararından, şansa kadar pek çok bileşeni de içinde barındırır. Özel yaşamımda iki kimliğimin birbirine karıştığı kâh mutlu, kâh hüznü çok anılarım var. Kendime devamlı olarak 50 yaşında da güçlü bir kadın olmak zorunda olduğumu tekrarlardım durdum. Ancak güzele ve gençliğe sahip

olmak da yetmiyordu, dediğim gibi, kusursuzluğa programlıydık. Bu programda bir yanlışlık olduğunu ve bir şeyler yapmam gerektiğini seziyordum. Yeni bir iş, kalıcı bir kimlik? Çevremdeki herkes fiziksel güzelliğini ve popülerliğini yitiren kadınların hazin hikâyesini anlatıyordu. Zihnimde biriken pek çok soru vardı.

Zihnimde dönüp duran sorulara yanıt bulmak amacıyla 2004 yılında yüksek lisansa başlama kararı aldım. Yüksek lisans eğitime başlama eğilimim elbet bir anda oluşmadı. Modellikle lisans eğitimini eş zamanlı sürdürme çabamda, dedemin kitap okuma alışkanlığı, babamınsa eğitime olan aşırı duyarlılığı etkili olmuştur. Aile içinde temeli atılan bu bilinçdışı yönelimler olmasa, bir başka ifade ile farklı bir aile ve okul yaşamı içinde farklı bir “*habitus*”²ta (Bourdieu) gelişmiş olsaydım, belki de bambaşka bir yol izleyecektim. *Habitus*, aklımızda ve bedenimizde taşıdığımız ve farklı ortamlarda başvurabileceğimiz kaynaklar ve eğilimler bütünü (Smith, [2005] 2007:188) olarak tanımlandığında; karşılaşmalar, olaylar ya da kararlar aracılığıyla yolumu çizmemde *habitusun* yaşamımdaki rolünü anladım. Bu düşünüş ile başta değindiğim rastlantı denilen kavrama yer olmadığı da açıklığa kavuşmaktadır. Çünkü aslında mankenlikten, bir başka ışıltılı mesleğe yönelmek yerine antropoloji eğitimi almayı tercih etmemde *habitusun* önemini kavramakla birlikte, *habitusun* daha geniş bir boyutunu oluşturan kültürel sermayenin de yaşamımla ilintisinin farkına vardım. Güzel ve çirkin yargısının kültürel sermayeye, kültürünse iktidar ilişkilerine bağıntılı olarak belirlenebildiğini bilmek bende, pratikle teoriyi birleştiren bir düşün ufku yarattı. Zihnimde yanıtız kalan pek çok soruya, kuramsal bakış açısıyla bakabilmek, sorunların toplumsal yönüne ve büyüklüğüne dair yeni bir bilinç kazandırdı diyebilirim.

Beni, öz-düşünümsel (*self-reflexive*)³ bir yaklaşımla başladığım bu tezi yazmaya iten sorularım arasında çözümlenmesi gereken bir başka alan, güzellik endüstrisiyle çoğu zaman sıkı bir işbirliğinde olan kitle iletişim araçlarıdır. Bazı güzellik kraliçelerinin neden silik kaldığının, bazılarınınınsa tanrıça ilan edildiğinin mantıksal açıklamasını yapmak çok güç. Bizlerin yaşadığı tamamen ikircikli ve riskli bir durum. Güzel kadınlar bir yandan

² En özet şekliyle bedene dönüşmüş toplumsallık ya da yatkınlıklar (temayüller) sistemi olarak ifade edilen *habitus*, tarihin bir ürünü olarak bireysel ve toplu kuralları oluşturur; sınırlarını tarihin ve şarta bağlı özgürlüklerin sağladığı, düşünceleri, ifadeleri ve eylemleri hayata geçiren bir kapsama gücüdür (Bourdieu, 2005:54-55).

³ Bourdieu’ye göre teori ve pratik arasındaki dönüşlü metot olarak özetlenebilen düşünümsellik, bireysel olandaki toplumsalı, mahremin altında gizlenen gayri şahsiyi, özelin en derinine gömülmüş evrenseli keşfettirerek, bizi yanılsamalardan kurtaran şeydir (Özsöz, 2010:16).

yüceltilirken, diğer yandan şanslı doğdukları için sanki lanetlenmekte; medyada, ikiyüzlü bir değer anlayışı sergilenmektedir. Genç yaşta onca yaşıtı arasından sıyrılan bir modelin, işini yıllarca sürdürebiliyor olma başarısı göz ardı ediliyor, sanki güzelliğinin bedeli ödetiliyor gibi. Toplumsal yargılar, günaha giren bedenler, cehalet, evlenilecek-eğlenilecek kadın ayrımı gibi pek çok sorunda bir model örneğinin kullanıldığına tanık oldum. Evlilikle son bulmayan ilişkiler “başarısızlık” olarak manşete taşınıp, maddi istekler gün yüzüne çıktıkça, hırslı ve tehlikeli kadın imajının da yeniden üretildiğini düşünüyorum. Modellerin heykel gibi duran fotoğraflarına adeta tapılırken, sonra ne oluyordu da putlaştırılıp taşlanıyordu? Sanki arkaik dönemden kalan “güzel kadınların kurban edilişi” inancı yeniden sahneleniyordu.

Türkiye’de modelliğin bir başka çelişkisi, “Batılı özgür kadın” ile “namuslu yerli” kadın arasında sıkışan güzel kadın imajıdır. Bir güzellik yarışmasını kazanacak kadar Batılı, ama mesleğini bir erkek uğruna bırakacak kadar yerli modellerden “iyi kız” olarak bahsedilirken, magazine yansıyan pek çok flörtü ve iddialı fotoğrafları olan modeller -aşk evliliği dahi yapmış olsalar- her zaman dedikodu konusu olurlar. Her iki durumda da “güzel kadın”ın kurtuluşu ona prestij katacak olan bir evliliktir. Çünkü “kadın için toplum tarafından bir kurtuluş ve kurtarılma umudu olarak ezberletilen ve benimsetilen evlilik, toplumsal normlar ve verilmiş değerler hiyerarşisiyle sınırlanışın kurumsal adıdır” (Eliuz, 2009:115). Hayatım boyunca en çok, varıl ailelerin erkekleriyle evlenen modellerin örnek alınmasından rahatsızlık duydum. Belirli bir *habit*tan gelen bireylerin nadiren alan değiştirmesi gibi, modellerin bazıları da evlilikle kazandıkları saygınlık ve sosyal/ekonomik ya da kültürel sermaye ile statü atlamaya çalıştılar. İçimde böylesi bir evliliğe karşı büyük bir nefret doğmasına karşın, 30’a bastığım yıl müthiş bir panik yaşadım. Bu panik ile yanlış bir karar almaktan son anda vazgeçtiğim antropoloji eğitimine başlamıştım. Yaşamımda nerede bireyselliğin, nerede kültürün etkin olduğunu anlamam ve antropolojik bakış açısı kazanmam epey bir zaman aldı. Cinsiyet, toplumsal cinsiyet ve toplumsal cinsiyet rollerini o kadar içselleştirmişim ki, modelliğin yanında, bilim insanı olma yolunda oluşturmaya çalıştığım yeni kimliğim arasında gel-gitler yaşadım. Tez çalışmasının konusu bütün bu sebepler sonucu oluştu, ne var ki yazarken kendimle yüzleşmem hiç kolay olmadı.

Güzellik endüstrisinde profesyonel moda işçisi olarak 10 yılı aşkın bir süredir mesleğime devam ediyorum. İyi bir modelin yıllarca çalışabilmesi için güzellikten önce

bedensel standartlara ve iş disiplini sahip olması gerektiğine kendimi örnek gösterebilirim. Bunu benim anlamam bile epey zaman aldı. Belki bu yüzden anlatma gereği duyuyorum. Bir modelin güzel olması gerekmediğini ya da bir kadının ideal güzelliği yakalamak zorunda olmadığını; sonsuz mutluluğun formülü gibi sunulan kusursuz ideal güzellik anlayışının, mutsuzluk da getirebileceğini gösterebilmek için. Güzelliğin son durak olmadığını, kadınların, her yaşta yolculuğa çıkacakmış gibi hazırlık yapması gerektiğini duyurabilmek için. Bu hazırlığı bilinç boyutuna, “kadınlık bilinci”ne -cinsiyetlendirilmiş bir kimlikten öte- taşıyabilmek için. İdeal güzellik kavramının nasıl oluştuğunu tarihsel ve kültürel bağlamda öğrenebilmek için. Ataerki, kapitalizm, tüketim, medya, din, iktidar gibi kavramların güzellikle ilişkisini ortaya koyabilmek için. Ama en çok da azmim ve sorularıma cevap bulma ümidimin rehberliğinde, kendi gerçekliğime ulaşabilmek adına bu çalışmayı yapmaya karar verdim.

2009’dan bu yana araştırdıkça, bireysel sorularımın aslında birçok kadının da sorunu olduğunu ayırdına vardım. Kadının adeta insan cinsinin bir parçası olmaktan koparılması ve “eksik etek” olarak tanımlanması, kültür tarihinin başlangıcına dayanmaktadır. Zamanla değersizleştirilen, ikincilleştirilen ve nesne konumuna düşürülen kadın, beden ve doğa ile özdeşleştirilmiştir. Kültür ve aklı sembolize eden erkekler tarafından dizginlenmesi uygun görülen kadının (*female*)⁴ ve kadınlığın (*femininity*), anasoylu dönemde baş tacı edilen imajının nasıl alaşağı edildiğini bu tezi yazarken kavradım. Yani kapitalist tüketim toplumlarında giderek “bir tüketim nesnesine dönüşen kadın” sorununun tarihsel ve kültürel geçmişi vardı. Elde ettiğim bilgiler, kişisel tabularımın ve takıntılarımdan kurtulmasını; zihinsel etiketlerin, dilin ya da söylemlerin oluşumunda iktidar ilişkilerini düşünmemi sağladı. Çünkü cinsiyet gibi, güzellik söylemleri de hangi iktidar ve bilgi etkinliği sağladığı, ortaya çıkan çatışmaların hangi konjonktür ve hangi güç ilişkilerini gerektirdiğini (Foucault, 2007 [1996]:78) soran bir bakış açısıyla değerlendirilebilir. Bu bakımdan, tabakalaşmış yapısı gereği kapitalist tüketim toplumlarında bir iktidar kaynağı olarak “elit”⁵lerin görüşlerine yer verdim. Bourdieu’nün ekonomik, sembolik ve kültürel sermaye sahibi bir grup olarak tanımladığı

⁴ *Female*, *woman* ve hayvan türlerinin tüm dişilerini içeren Latince *femina* kelimesi; inanç, güven ve namus anlamına gelen “*fe*” ile eksiklik anlamı taşıyan “*minus*” köklerinden oluşmaktadır. Dolayısıyla kadın olmak inanç, namus ve güvenilirlikten yoksun olmak gibi pejoratif bir anlam taşımaktadır. Eski Türkçede de kadın sözcüğü içine bir şey katılmış; yani arı olmayan anlamında “katun” kavramından gelmektedir (Kadın ve Felsefe söyleşi, 2007).

⁵ Seçkin

elitlerin, özellikle kültürel sermaye kapsamına dâhil olan güzellik algısını araştırdım. Günümüzde kadınları salt dış görünüşlerini genç ve güzel olmaya yönlendiren güzellik endüstrisi, medya ve tüketim olgusunun, kadının toplumsal konumuyla ilişkisini tartıştım.

Güzellik kısılacında tüketim nesnesine dönüşen kadın sorunda, Foucault'nun da yaptığı gibi söylem analizi, iktidarın kadın kimliği üzerindeki politikalarını incelemeye olanak tanımaktadır. Tam da burada “bir iktidar alanı olarak”⁶ da düşünülebilen elit kavramı ile kadına ekonomik ya da sosyal bir sermaye sağlayan ya da (içinde bulunduğum çevrede) bir mübadele aracı olarak görülen güzellik kavramının ortak bir vurguda birleştiğini düşünüyorum. Kaldı ki elit kavramı tıpkı güzellik kavramı gibi dinamiktir; farklı dönemlere göre farklı meşruluklar göstermektedir. Bu bağlamda elit teorisine dayanarak tanımlanan ve ister muhafazakâr, isterse laikleri temsil eden kesimden elit gruplarda, tüketim dayalı güzellik hiyerarşisinin etkilerini görmek mümkündür. Çünkü çağdaş Türkiye’de laikler ve muhafazakârlar aynı tüketici kapitalist pazarda yer almakta, iki kesim arasındaki politik kimlikler, dünya çapındaki serbest pazarın mal ve ürünleri bağlamında birleşmektedir (Navaro-Yashin, 2002:113). Buna bir örnek olarak incelediğim Vogue Dergisi yanı sıra, Âlâ ve Hesna Güzel Yaşam Dergileri’nde de orta ve üst sosyo-ekonomik sınıfa mensup, kentli kadınlara hitaben oluşturulmuş sayfalarda, tüketim olgusunun belirleyici etkisine rastlanmaktadır.

Sonuç olarak diyebilirim ki, mesleki deneyimlerim ve içinde bulunduğum eşsiz gözlem alanı, antropolojik bakış açısıyla birleşince, incelemeye değer bir tez konusunun ortaya çıktığını düşünüyorum. Antropolojinin disiplinlerarası araştırmalara olanak tanıyan bütüncül ve öz-düşünsel yaklaşımı sayesinde pratik ve teoriyi birleştiren bir zeminde belleğimde yer eden soruları, *doxaları* ve deneyimleri tartışma olanağı buldum. Bu bakımdan sosyoloji, psikoloji, felsefe, iletişim ve feminizm alanlarındaki çalışmalardan yararlandım. Toplumsal bir kadın sorununu inceler gibi görünsem de, Levi Strauss’un *Hüzünlü Dönenceler* (1969) kitabının son sayfalarında yazdığı gibi “nereye gidersem gideyim zihnimin karanlık köşesine geri dönüyorum” misali, sanırım en çok kendimi

⁶ Bourdieu “alan”ın sınıfsal mevkiler arasındaki ilişkilerden oluştuğunu ve güce göre şekillendiğini açıklar. Hemen bu noktada elitlerle birlikte ele aldığım alan kavramını, *habitus* ile bağlantılı olduğu için kullandığımı belirtmek istiyorum. Bourdieu’ye göre alan, varlığını sürdürebilmek için *habitusu* şekillendirmektedir. Çünkü bir alan yeniden üretimini sağlayacak eyleycilere (elitlere) ihtiyaç duyar ve bunlar *habitus* sayesinde etkin olurlar. Başka bir ifade ile alan kendi sermayesini oluşturarak varlığını sağlar ve bu süreç *habitusun* oluşması ve bu sayede kendini sürekli yeniden üretmesiyle devam eder (Özsöz, 2010: 17-19).

sorguladım. Kadere pek inanmasam da soyadımın tesadüf olmadığı çelişkisini yaşamıyor değilim.

ABSTRACT

In today's industrialized societies, beauty industry is constantly expanding, especially for the middle and upper socio-economic class "women" and her body. Beauty industry lives on and develops with the capitalist cultural dynamics. As a result of this development, through various economic and political statements and mass media women's turning into some consumption object, the contradiction between their look and personality, their being pushed into an understanding of beauty outside of themselves are the main topics of this study. While discussing the above mentioned areas, "the theory of elite" has been used. Although those who are qualified as elites are a minority within the society, because they own a corporate power and "cultural, symbolic and economic capital" and because within this context they have the ability to affect the potency about the formation of the concept of beauty and its internalization by the society, the study has been conducted upon this group.

This study began by questioning the origins of the concept of beauty and the association between beauty and women has been discussed within an historical cronology which covers a timeline beginning from the first years of the Republic and lasting till the age of consumption. In this study, the focus is on the changes that come about within the Republican period and the reason for this is that the concept of "elite" which has started to rise within social sciences on 1939, has been institutionalized in Turkey on this period. The progress of the identity of woman on the Republican period and the effect of the capitalist and patriarchal ideologies collaboration with the beauty industry on this coarse has been analysed and the feminist theories have been used as regards to the social gender topic. Within this context, the first one of the interview questions of the fieldwork begins with the social status of the women and the effect of the hierarchy of beauty upon this matter and its association with the problem of women's becoming a consumption object has been investigated.

Between March 2011 and February 2012, face to face meetings have been held with 50 individual consisting of 37 women and 13 men and the results of this qualitative field study have been evaluated. According to the results, when compared to the first years of the Republic, today the status of women showed a "u-turn" which will be exemplified later. The people with whom the interviews have been held have defined a concept of beauty which appeared as a result of the cultural and economic transformation and a

“different” but common “problem of women” which is under the influence of the tools and methods of the industry of beauty: “Woman turning into a consumption object”. The participants have defended that beauty gives a short termed and interlocutory power to the woman but that there should be an integral beauty concept which includes intelligence and personality characteristics. Besides, the common claim of these people is that there lies a “fear of woman” under the masculine dominance. Lastly, as a response to the problem of woman turning into a consumption object, the concept of “femininity consciousness” has been proposed.

Key Words: Beauty, woman, the body of woman, culture, elite, power, hierarchy, hegemony, media, fashion, model, beauty industry, consumption, health, cosmetic/esthetic surgery, feminism, social murder, beauty premium, holistic beauty, “femininity consciousness”, “fear of woman”.

ÖZET

Günümüz endüstrileşmiş toplumlarında güzellik endüstrisi, özellikle orta ve üst sosyo-ekonomik sınıf “kadın” ve bedeni için büyüme göstermektedir. Güzellik endüstrisi kapitalist kültür dinamiklerinden beslenir ve gelişir. Bu gelişmenin bir sonucu olarak kadınların, çeşitli ekonomik ve politik söylemlerin ve kitle-iletişim araçlarının da aracılığıyla adeta birer tüketim nesnesine dönüşmeleri, kendilerine yönelik görünüş-kişilik ikilemine düşmeleri, kendilerinin dışında bir güzellik tanımının içine itilmeleri bu çalışmanın temel konularını oluşturmaktadır. Araştırmada bahsi geçen alanları tartışırken, “elit teorisi”nden yararlanılmıştır. Elit olarak nitelendirilen kişilerin toplum içerisinde bir azınlık olmalarına karşın, kurumsal iktidar ve “kültürel, simgesel ve ekonomik sermaye” sahibi olmaları ve bu bağlamda güzellik anlayışının yapılanmasında ve toplum tarafından içselleştirilmesinde iktidarı etkileyebilmeleri sebebiyle bu grup üzerinde araştırma yapılmıştır.

Güzellik kavramının kökenlerinin sorgulanmasıyla başlanan araştırmada, güzellik ve kadın ilişkisi, Türkiye’de Cumhuriyet’in ilk yıllarından tüketim çağına değin tarihsel bir kronoloji içinde ele alınmıştır. Çalışmada, Cumhuriyet ile gelen değişimlere odaklanılmasının nedeni, 1939 yılında sosyal bilimlerde yükselişe geçen “elit” kavramının Türkiye’de bu dönemde kuramsallaşmış olmasıdır. Cumhuriyet döneminde kadın kimliğinin nasıl bir seyir izlediği ve kapitalist ve ataerkil ideolojilerin güzellik endüstrisiyle işbirliğinin bu sürece etkisi incelenmiş, toplumsal cinsiyet konusunda da feminist teorilerden yararlanılmıştır. Bu bağlamda alan çalışmasının görüşme sorularından ilki kadının toplumsal konumuyla başlamakta, bunda da güzellik hiyerarşisinin etkisi ve bir tüketim nesnesine dönüşen kadın sorunuyla ilişkisi irdelenmektedir.

2011 Mart - 2012 Şubat tarihleri arasında 37 kadın, 13 erkek, toplam 50 kişiyle yüz yüze görüşme yapılmış, bu niteliksel alan araştırması sonuçları “Bulgular ve Değerlendirmeler Bölümü”nde değerlendirilmiştir. Sonuçlara göre, Cumhuriyet’in ilk yılları ile kıyaslandığında, günümüzde kadınların sosyal statüsünde, daha sonra örneklendirilecek olan bir “geriye dönüş”ün görülmekte olduğu dile getirilmiştir. Görüşülen kişiler bu süreçte kültürel ve ekonomik dönüşümün sonucu olarak beliren bir güzellik anlayışı ve güzellik endüstrisinin araç ve yöntemlerinin etkisi altında “farklı”, fakat ortak bir “kadın sorunu” tanımlamaktadırlar: “Tüketim nesnesine dönüşen kadın”. Katılımcılar, fiziksel güzelliğin kadına kısa süreli ve devamı olmayan bir güç getirdiğini,

ancak bunun yanında da akıl ve kişilik özelliklerini barındıran “bütüncül bir güzellik anlayışı”nın (*holistic beauty*) gerekliliğini savunmuşlardır. Ayrıca bu kişilerin ortak iddiası, eril tahakkümün altında iktidara ilişkin bir “kadın korkusu” yattığı üzerinedir. Son olarak, kadınlığın bir tüketim nesnesine dönüşmesi sorununa karşı “kadınlık bilinci” önerisi getirilmiştir.

Temel Kavramlar: Güzellik, kadın, kadın bedeni, kültür, elit, iktidar, hiyerarşi, hegemonya, medya, moda, model, güzellik endüstrisi, tüketim, sağlık, kozmetik/estetik cerrahi, feminizm, toplumsal cinsiyet, “güzellik getirisi”, “bütüncül güzellik”, “kadınlık bilinci”, “kadın korkusu”.

BÖLÜM I. ARAŞTIRMA ALANI

1.1. Konu: “Kültürel Bağlamda Kadın ve Güzellik”

Dil, din, ırk, mezhep, cinsiyet ayrımı ya da toplumsal cinsiyet değerleri gibi “güzellik olgusu” da toplumların yaşattığı bir kavramdır. Sosyal bir ortamda yaşayan bireyler nasıl giyinmesi, nasıl görünmesi gerektiğini kültürleme, kültürlenme ve kültürleşme süreçleriyle öğrenirler (Güvenç, [1972] 2010). Ancak kültürden kültüre değişen güzellik tutkusunun kadınlara mal edilmesi, kadını estetik kaygılara sürüklemesi, bu uğurda aşırı tüketime yönelerek yaşamdan ve değerlerden alıkoyması, görünüş-kişilik ikilemi gibi pek çok nedenden dolayı, güzellik ölçülerini yakalamaya çalışan kadın, bir araç, süs ve seks imgesi olarak algılanmaktadır.

Günümüz güzellik akımı, güzelliği, dünya çapında eşit ve objektif bir olgu olarak ortaya koymakta ve her şeyden önce mutlaka gerekli (nedense bu gereklilik erkekler için değil de sadece kadınları için geçerli) bir şey olarak vurgulamaktadır (Zingsem, [2006] 2007:269). Oysa güzellik anlayışı kültürle göre değişmekle birlikte, aynı kültür içinde çeşitlilik gösterebilmektedir. Gerçek kadını ve yaşamışlığı dair olgunluk izlerini yok sayan bu ideal güzellik anlayışını temsil eden kadın, her koşulda hep genç, güzel ve taze kalmak gibi bir misyonla yüklenmektedir.

En Güzelin Yaşaması (Survival of The Prettiest - 1999) kitabında Nancy Etcoff, tüm kültürlerin güzellik kültürleri olduğunu iddia etmekte, güzelliği etkili ve yıkıcı bir güç olarak betimlemektedir. Etcoff, “*Tüm uygarlıklar güzelliği kovalar, onu elde etmek için büyük bedeller öder ve bunun trajik ve komik sonuçlarına katlanmak durumunda kalabilir*” (Etcoff, 1999:223) cümlesiyle güzelliğin kültürel boyutunu vurgular. Öyleyse “ideal güzellik” kavramı, ilk ne zaman ve hangi kültür içinde ortaya çıkmıştır?

Toplumlarda değişen, gelişen, kendi içinde farklılaşan kültür varlığının etkisi altında güzellik, ilk olarak Antik dönemde ideal bir forma sokularak tanımlanmıştır. İnsanı güzelin ölçüsü ve ölçütü sayma fikri, antik Yunan sanatıyla başlar; çünkü bu sanat, oranlarını ve boyutunu insandan almıştır (Ziss, 2009:156). Güzellik anlayışı her çağa ve toplumların kültürel örüntüsüne bağlı olarak değişmesine karşın; sayısal oran ve simetriye dayalı güzellik idealleri Ortaçağ’da da yinelenmiş, Rönesans’ta en üst düzeye ulaşmıştır. Ancak endüstrileşme, kapitalist ekonomik sistem ve tüketim kültürünün dayatmasıyla güzellik ideallerine yaklaşma istemi sonucunda kadın bedeni, üzerinde yatırım yapılan

ticari bir nesneye (ürüne) dönüşmüştür. Günümüzde güzellik endüstrisi ve medyanın daha iyi yaşam vaadiyle başlattığı güzellik yarışına düşen orta ve üst sosyo-ekonomik sınıfa mensup kentli kadınlar, farkında olmadan kendilerini tüketmektedirler. Reklamlar, paparazzi programları, bulvar gazeteleri, müzik videoları, Talk Show’lar gibi kitle iletişim alanlarının hemen hemen her türünde dolaşıma sokulan “kadın bedeni” tüketime sunulur ve tüketilir hale gelmiştir (Gencel-Bek & Binark, 2000:12).

Tüketim ekonomisinin bireyleri sağlamayı hedef alan yaklaşımı ve hazzı (keyif arayıcı/verici) yapısı, özellikle sahip olduğu ataerkil ruhun da etkisi ile kadın bedenini toplumun merkezinde konumlandırmaktadır. Kapitalist kültürün kadına yüklediği gençlik ideolojisi ve daha güzel görünme baskısı kadını, bir anlamda “özne”¹ konumundan çıkarıp, bedeniyle tüketilen “nesne” konumuna düşürdüğü için modernizm kavramı da eleştirilmektedir. Tüketim olgusunun yarattığı boş zamanı değerlendirme mantığı, kadını sanki tek varlık gerekçesi oymuş gibi güzelleşme arayışına yönlendirmektedir. Çünkü kapitalist sistem, tüketim üzerinden toplumu disipline etmekte, tüketimi yaygınlaştırarak bireyi gönüllü bir itaatin, köleliğin, uyumculuğun ve katılımcılığın “öznesi” (nesnelleşmiş bir özne) haline getirmektedir (Aytaç, 2006:36).

John Fiske’e göre kadınların memnuniyetini sağlamak için gerekli ticari mallar, kadınların itaat etmesini garanti altına alan ataerkil kapitalist sistem tarafından üretilmektedirler. Fiske bu noktada şimdiye kadar kadınların bu metalaşmış memnuniyeti kabullendiklerini ve gerçek olarak yaşattıkları sürece aslında çıkarlarına aykırı bir ideolojiyi aktif olarak desteklediklerini ve bu hegemonyaya ortak olduklarını dile getirir (Fiske, [1982] 2002:183). Böylece tekstilden, kozmetiğe, diyet ürünlerinden estetik ameliyatlara kadar uzanan milyarlarca dolarlık bir endüstri (Caner, 2004:136) olan güzellik endüstrisi, her yıl artan oranda ve kar marjıyla, “kadınları”² güdümlü tüketicilere dönüştürmüştür. Bu sarmal içinde, yani kendi olmakla farklı bir kimliğe bürünme (güzel olmak gibi) arasında kalan orta ve üst sınıfa mensup kentli kadınlar, ergenlik döneminde başlayan ve ilerleyen yaşlarda artan sosyal, ekonomik ve psikolojik baskılar yaşayabilmektedirler.

¹ “Özne” kavramı, üçüncü bölümde yer alan “Toplumsal Cinsiyet Söylemi” başlığı altında, Lacan’ın zorunlu özneleşme sürecini tanımladığı “ayna kuramı”yla açıklanmaktadır.

² Amerikan Plastik Cerrahi Derneği (ASPS)’in Plastik Cerrahi İstatistikleri Raporuna göre 2010 yılında gerçekleşen kozmetik/estetik prosedürlerin yüzde 91’i kadınlara uygulanmıştır (*American Society of Plastic Surgeons Report of the 2010, Plastic Surgery Statistics PDF* dosyası verileri, 2011).

Genellikle endüstrileşen, fakat muhafazakâr değerleri korunaklı toplumlarda bilinçaltına itilen cinsellik, kadınlık ve güzellikle ilgili değer yargıları kadınlar üzerinde baskı(lar) yaratabilmektedir. Bu gergin ortam içinde güzellik ihtiyacında olan orta ve üst sınıfa mensup kadınlar -değişen güzellik anlayışları, semboller, ikonografik temsiller, uzman önerileri ve kozmetik mucizeler gibi etkilerle- görünüşe odaklı bir dünyada yaşamaktadırlar. Kadınların kozmetik ürünlerden estetik operasyonlara varıncaya kadar tam anlamıyla bir tatminle sonuçlanamayan güzelleşme çabalarının altında, özvarlıklarını tamamlama arzusunun yattığı düşünülmektedir (İnceoğlu & Kar, 2010:66). Hiyerarşik sıralamada “en güzel” olma telaşı ve hemcinsleriyle rekabet içinde sürekli görünüşünü değiştirmeye çalışan bu kadınların bir yandan özgüven ve öz değer eksikliği duyduğu iddia edilirken, diğer taraftan yükselen güzellik endüstrisinin kazanç kapısı (müşterisi) haline geldikleri öne sürülmektedir.

Bu bağlamda kadın bedenini nesneleştirme sürecini bireysel olarak deneyimlemiş olmam araştırma konusunun belirlenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Tüketim nesnesine dönen kadın imajının üretimi, güzellik simgesi kadınlar olarak gösterilen ünlüler (*celebrities*) ya da moda ikonlarında olduğu gibi güzellik tacıyla ödüllendirilen güzellik kraliçeleri ve modeller aracılığıyla da kurumsallaşabilmektedir. Mutluluk söylemlerine uyarak güzelleşmeye çalışan kadınlar gibi, güzel seçilmesine rağmen daha güzel olmaya çalışan model ve güzellik kraliçelerinin de, güzellik söylemlerinin hangi kanal(lar)dan üretildiğini bilmesi önemlidir. Çünkü belki de tüketime dayalı güzellik hiyerarşinin endüstri ile ilişkisinin farkında olmak, kadınlara bir özgürlük kapısı açabilir. Kendi adıma böylesi bir esaretin bağlarından kurtulmanın yolunu bir nevi içe bakış ile dışa bakış arasında süregiden sorgulamalar ve kuramsal/pratik cevaplar sonucu oluşan bir farkındalıkla bulduğumu belirtmek istiyorum.

Kısacası bir kısım feministlerin de üzerinde ısrarla durduğu gibi, kadın bedeninin kitle iletişim araçlarının her alanında meta (ticaret malı) olarak pazarlanması ve kadının tüketim nesnesine dönüşmesi etik sorunların da temel kaynağıdır. Özellikle güzel kadın için verili bazı “davranış kodları”³ kadına özgü davranışları cinsel çağrışımların sınırlarında inşa ederek; bedeni, tüketimle birlikte hareket edebilecek biçimde kurgular (Elçik, 2009:260). Medyada kadın temsili ağırlıklı olarak, fiziksel görünüm (seksilik,

³ Yazar burada parantez açarak, elleri çekici ve belirgin bir şekilde kullanmak, eski deyişle “nazlı”, yeni ifadesiyle “şımarık” olmaktan tutun da, ses tonu ve yürüyüşe kadar kadınlara özgü olarak belirlenen her türlü kuraldan bahsediyor.

güzellik) üzerinedir ve bu temsil biçimi, kadının diğer özelliklerini yok saydığı için, kadını erkeğe oranla güçsüz kılar (Arşan, Ünalın & Türkoğlu, 2009:387). Kitle iletişim araçları yardımıyla kadın bedeninin reklamlarda meta şeklinde sergilenmesi, bedeni dikkate değer bir araştırma konusu haline getirdiğı (Özcan, 2007:218) gibi Türkiye’de sosyal-beşeri bilimler alanında, güzelliğın kültürel çözümleme boşluğu, güzellik sorununu da dikkate değer bir araştırma konusu yapmaktadır. On yılı aşkın bir süredir sürdürdüğüm modellik mesleğindeki deneyimlerim ve sorularımı tez konusu kapsamında düşünömsel bir yaklaşımla araştırıyor olmakla, güzellik söylemlerinin peşine düşen bazı kadınların dikkatinin çekilebileceğı kanısındaım.

1.2. Sorun

Toplumsal değışimle gelişen güzellik idealleri, kadının kimliğini, özgürlüğünü sınırlayan, aktif, siyasi, toplumsal ve ekonomik politikaların içinde aranmalıdır. Kapitalist tüketim toplumlarında neredeyse kendi bedenleriyle takıntılı bir ilişki kuran kadınlar için, güzellik hiyerarşisi içinde var olma kaçınılmaz bir hal almaktadır. Estetik, ince, güzel ve bakımlı bir beden, ona sahip olanlardan çok kapitalist ekonomiyi yönlendirenlerin isteğı gibi durmaktadır (Demez, 2012:521). Kadın ile güzellik arasındaki bu ilişkide tüketim başrolde, “güzellik için tüket” ise tüketime sloganı gibidir. Tüketime toplumlarında, bireyin benlik/kimlik ölçüleri sürekli olarak yer değıştirir; zira hiçbir zevk ve tüketim nesnesi kalıcı ve geçerli bir tatmin vermez (Aytaç, 2006:32-33). Ataerkil kapitalizm, kadın ve kadın bedeniyle ilgili her konuda tüketime hizmet eden ihtiyaçlar yaratıp, yine tüketime çözeceğı sorunlar üretmektedir (Fiske, [1982] 2002:182). Dolayısıyla tüketim ekonomisinin etkisi altında güzel-çirkin ikilemine atılan, orta ve üst sosyo-ekonomik sınıfa mensup kentli kadın; artan doyumsuzluk, biriken sosyal-psikolojik sorunlara ek olarak, güzellik endüstrisinin (moda, diyet, kozmetik/estetik gibi) yarattığı baskılar, pazarlama teknikleri, gibi çoğunlukla yanıltıcı ve sanal çözüm önerileri sonucu bir “kimlik (kimim/neyim) bunalımı” yaşayabilmektedir.

İktidar ile ilişkilendirilen güzellik kavramının, tüketim toplumlarında, politik ve kültürel elitler tarafından kurgulanmakta, olgulaştırılmakta ya da yayılmakta olduğu söylenebilir. Özellikle orta ve üst sınıf kentli kadınların tâbi olduğu güzellik söylemlerinin, medya ya da güzellik endüstrilerinde kurumsal ve konumsal mevki sahibi elitler tarafından üretildiğı ya da iletildiğı düşünülmektedir. Bir başka açıdan bakıldığında güzellik kavramının politik ve kültürel inşasıyla, elit söylemlerinin politik ve kültürel üretimi birebir örtüşmektedir. Elit kuramlarından hareketle, araştırmanın temel sorunu olan

“modern Türkiye’de kadınların yaşadığı kimlik bunalımı ve bu olguda kadınların tüketim nesnesine dönüştürülmeleri” sorununun iktidarla bağlantılı olması, araştırmayı elitler üzerinden yürütmeye olanak sağlamaktadır. Bu ve yukarıda belirtilen sebepler doğrultusunda, güzellik dayatması altında görünüş ve kişilik ayırımından birini seçmeye ve bu yolla tüketime yönlendirilen orta ve üst sınıf kentli kadının, metalaşma/nesneleşme süreci araştırılmalı, güzellik endüstrisi, kitle iletişim araçları ve güzelliğin toplumsal bir güç unsuru olup olmaması ve elitlerin güzellik ve kadın kavramlarının yeniden üretimine rolü ve etkisi ele alınmalıdır. Araştırma sorusunun feminizmin teorik çerçevesiyle örtüşmesi sebebiyle, içeriğe feminist bakış açısı da dâhil edilmelidir. Ayrıca elit kavramının güç dengesine bağlı olarak değişmesinden ve bunun etkisiyle farklı güzellik anlayışlarının temsil edilmesinden ötürü 2000’li yıllarda yükselişe geçen İslami elitlerin güzellik anlayışı da sorgulanmalıdır.

Kültürel bağlamda kadın ve güzellik çözümlemesinde, ek olarak Türkiye’de kadının tarihsel ve toplumsal konumunun zamanla ne kadar bir değişime uğradığı da araştırılması gereken hususlardan birisidir. Bunun gerekçesi, kadının toplumsal konumuyla tüketime dayalı güzellik hiyerarşisinin ilişkilendirilmiş olmasına dayanmaktadır. Bu kapsamda güzellik endüstrisinin her geçen yıl hızla büyüyen ve gelişen bir kolu olan kozmetik/estetik cerrahinin kadınlar tarafından neden tercih edildiği, güzellik simgesi kadınların tüketimle ilişkisi ve toplumsal algısı ile yaşanan kadının statüsündeki farklılaşma ve güzellik kaybının ilişkisi gibi sorulara da cevaplar aranmalıdır.

1.3. Teorik Çerçeve

Araştırmada güzellik, kadın bedeni, hegemonya, hiyerarşi, tüketim, güzellik endüstrisi, medya ve moda konularının iktidar ile ilişkili olması sebebiyle ve antropolojinin “bütüncül”⁴ perspektifinden yararlanılarak tezin kuramsal altyapısı, “elit (seçkin) teorisi”ne

⁴ Kottak’a göre antropolojiyi diğer insan bilimlerden ayıran temel fark, biyolojik, toplumsal, kültürel, lingüistik, tarihsel ve çağdaş perspektiflerin eşsiz bir karışımdan oluşan bütüncüllüğüdür. Bu fark paradoksal açıdan antropolojiyi bir yandan diğer bilimlerden ayırırken, diğer yandan pek çok farklı disipline bağlamaktadır. Kültürel antropolojinin diğer toplum bilimleri ve beşeri bilimlerle bağlantısını, Geertz’in (1980) çağdaş akademik yaşamın belirleyici bir özelliği olan disiplinlerarası fikir ve yöntem alışverişi ile disiplinlerarası işbirliği vurgusuyla açıklar ve bunun antropoloji için özellikle geçerli olduğunu altını çizerek (Kottak, 2008:16-17). Bütüncül yaklaşımı savunan Bozkurt Güvenç de temel konusu insan, toplum ve kültür olması sebebiyle antropoloji biliminin tarihi, sosyolojik ve biyolojik temeller üzerine oturan bir üçgen-piramit olarak düşünülebileceğini dile getirir (Güvenç, [1972] 2010:68-69).

dayandırılmıştır. C. Wright Mills iktidar elitleri olarak tanımladığı bu topluluğun insanlarının; yani elitlerin, modern toplumun başlıca kuruluş ve hiyerarşilerinin komuta yerlerinde bulunduklarını açıklar (Mills, 1974:8). Bir iktidar alanı olarak elitleri ve onların ürettiği güzellik söylemlerini araştırmak, ataerkil kapitalist ideolojilerin, güzellik endüstrisi ve medyayla işbirliğinin de etkisiyle tüketim nesnesine dönüşen kadın sorununu anlamak açısından anlamlı olabilir.

Araştırmada elit teorisinin kullanılmasındaki ana neden, (yukarıda belirtilen güzellik ve iktidar ilişkisini dikkate alarak), Cumhuriyet'in ilanından sonraki süreçte, yeni toplumsal sistemin elitlerinin; güzellik, kadın bedeni, hegemonya, hiyerarşi, tüketim, güzellik endüstrisi, medya, moda konuları ve kadın kimliği ile ilişkilerinin sorgulanmasıdır. Üstelik Türkiye'de elit teorilerinin dile gelmesi aynı tarihlere rastlamakta ve elitler Cumhuriyet'in kuruluşundan günümüze kadar toplumsal, siyasi ve ekonomik yaşama yön vermiş olup, vermeye de devam etmektedirler. Jön Türk dönemine dayandığı yorumlanan özel elit teorilerinin, Türkiye'de gelecek kuşaklar üzerinde büyük etkiler bırakan Ziya Gökalp ve Yusuf Akçura tarafından kurumsallaştığı ifade edilmektedir (Karpat, 2009:181). Gökalp'e göre milletin zekâ ve iradesini elitler (güzideler) temsil etmektedirler (Gökalp, 2005:31). Bir milletin aydınlarını, fikir adamlarını, elit kategorisinde değerlendiren Gökalp, elitleri, yüksek bir eğitim ve öğrenim gören kişiler olarak halktan ayırmıştır (Gökalp, 1923:46; Aktaran Parla, 1989:75). Diğer yandan, Gökalp, Osmanlı elitlerinin kozmopolit Batıcılığını eleştirerek, elit olmanın yeterli koşulunu "milli olma"ya dayandırmıştır (Aktaran Parla, 1989:76). Yusuf Akçura ise *Yeni Türk Devletinin Öncüleri* adlı eserinde muhterem Türkçüler olarak tanımladığı elitlere yer vermiştir (Akçura, 1981:82). Dolayısıyla, elit teorisinin kullanılması, bu anlayışın hala devam etmesi nedeniyle de gerekli olmuştur.

1.3.1. Elit Teorisi

"Elit(ler)"⁵ kavramı genellikle toplumda yüksek statü sahibi olan işlevsel ve profesyonel (sosyal) gruplar için kullanılmaktadır (Bottomore, 1969:14). Bilim dünyası, kavramın yaygın kullanımını Gaetano Mosca (1939) ve Vilfredo Pareto'ya (1968) borçludur (Arslan, 2007:2). Özellikle modern sanayi toplumlarının başlıca özelliklerini

⁵ *The Elite*: Köken olarak Latince "*eligere*" ve seçilmiş, en iyisi anlamına gelen "*electra*" kelimelerinden türemiş olan "elit" kavramı, Fransızca "*élite*" sözcüğünden dilimize geçmiştir. Elit kelimesinin Batı'da kullanımı 17.yy'a kadar iner. Sözcüğün sosyal bilimler alanında bir kavram olarak kullanılmaya başlaması 19.yy'ın sonlarına rastlar (Arslan, 2007:2-3).

açıklığa kavuşturmada yararlı bir kavram olan “elitler”, sosyal amaçların gerçekleştirilmesi ve toplumsal düzenin sürekliliğinin sağlanmasından sorumlu önemli bir azınlıktır (Keller, 1963:4-5). Teorik anlamda “elit” kavramı, kurumsal iktidar sahibi, toplumsal kaynakları kontrol edebilecek konumda bulunan, karar verme sürecini aktif ya da potansiyel olarak etkileme yetisine sahip ve karşı görüşlere rağmen istek ve amaçlarını gerçekleştirebilen bireyler için kullanılmaktadır (Arslan, 2007:3). Söz konusu toplumsal kaynaklar zenginlik, saygınlık, ün ve statü gibi sosyo-ekonomik kaynakların yansıması, karizma, motivasyon, enerji, zaman gibi bireysel kaynakları da içerebilmektedir (Arslan, 2007:2).

Pareto, “elit”i, belirli hiyerarşik yapılanmalar içinde en üst konumu elinde bulunduranlar ya da kendi faaliyet alanının en iyileri, en etkilileri olarak tanımlar (Aktaran Arslan, 2007:3). Amerikalı sosyolog Charles Wright Mills, “elit” kavramının anlamını genişletmiş, “iktidar elitleri” deyişiyle ünlü kişileri, “çok önemli kişi” anlamına gelen “VIP”yi, ve metropollerin önde gelen 400 kişisini ifade eden “Metropolitan 400” kavramlarını da elitler tanımına dâhil etmiştir. Ayrıca Mills, aynı sosyal grup içerisinde birbirlerini tanıyan “iktidar elitleri” arasında bir siyaset birliği olabileceği gibi, farklı sosyal gruplar içerisinde birbirlerini hiç tanımayan “iktidar elitleri” arasında da bir siyaset ayrılığı olabileceğinin (Mills, 1974:400) de altını çizmektedir.

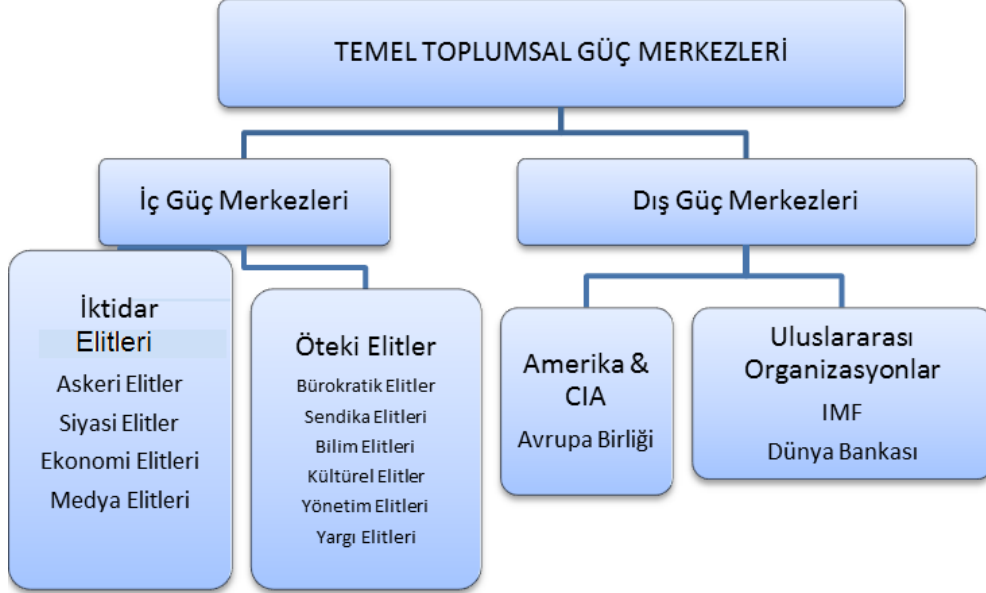
Elitler yapı itibarıyla toplumsal hareketliliğe bağlı olarak yükselip, alçalmakta, yer değiştirebilmekte ve dönemsel olarak farklı elit grupları oluşabilmektedirler. Son yıllarda Pareto’nun ifade ettiği gibi gelişmiş ülkelerde dine yönelik eğilimlerin arttığı ve hâlâ yükselmekte olduğu görülmekte ve bu eğilim dindar bir elit grubun oluşumunu tetiklemektedir (Pareto, 2005:40). Aynı etki ve eğilimler ülkemizde de İslami elitlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Günümüzde elitler kavramındaki anlam genişlemesi nedeniyle, bu grubu tanımlayan özellikleri belirlemek gitgide zorlaşmaktadır.

1.3.2. Türkiye’de Elit Kavramı ve Elit Gruplar

Türkiye’de Cumhuriyet’i kuran devrimci elitler, 1940’lardan sonra toplumun kültürel, ekonomik ve iktidar yapısının değişimiyle kırılmış da olsalar, o yıllardan günümüze elitler toplumsal hiyerarşi içinde iktidar bakımından en güçlü bireyler olarak, sosyolojik araştırmalara konu olmaktadır. Türk iktidar elitleri (Tablo 4.1), özellikle günümüzde cereyan eden güç ilişkileri ve toplumun iktidar yapısıyla bu yapının temelini oluşturmaktadırlar (Arslan, 2007:8-9).

Tablo 1.1

Türk Toplumunun İktidar Yapısı



Kaynak: Elit Sosyolojisi, (Arslan, 2007:92)

Suna Kili'ye göre Osmanlı siyasal elitlerinin ilerici kesimi, Kurtuluş Savaşı'nda yönetime egemen olmuş ve Cumhuriyet'i kurmuştur. Kili, Osmanlı ve Cumhuriyet'in ilk yıllarında "merkez"i temsil eden bu siyasal elitleri, büyük ölçüde asker-aydın-bürokrat şeklinde farklı kesimlerden oluştuğu için "açık elitler" grubu olarak nitelendirmektedir (Kili, 2000:179-182). Emre Kongar ise merkezi bürokrasiyi temsil eden yönetici elitleri, "Devletçi-Elitler" olarak tanımlamaktadır. Atatürk ve arkadaşlarının temsil ettiği "Devletçi-Elitler"ın sahip oldukları iktidarı, laik ilkeler çerçevesinde kabullendikleri bir kurama, ulusal egemenlik kuramına göre sürdürmeyi, eski rakipleri olan dinci-gelenekçi gruba karşı savaşlarının bir stratejisi ve yeni yaratmak istedikleri toplumun temel niteliğini belirleyen öge olarak seçtiklerini yorumlar (Kongar, 2000:173). Bu noktada Kemal H. Karpat, 1965 seçimlerinde Adalet Partisi'nin yüzde 52.9 oy çoğunluğunu kazanmasının ardından, yeni bir kimliğe bürünmüş devletçi-sosyalist elitlerin, ekonomik, dinsel ve liberal elitler tarafından yenilgiye uğratıldığını dile getirir. 1947'den bu yana İslam'ın, İslami okul, kurum ve yayınların ve tarikatların yaygınlaştığına değinerek, muhafazakâr (İslamcıların çoğu için en iyi terimin bu olduğunu iddia eder) kesimi temsil eden dinsel elitlerden söz eder (Karpat, 2009:190-193).

Nilüfer Göle'ye göreyse Türkiye'de İslamcı hareket, bugüne kadar Batılılaşmayla özdeşleştirilen modernlik kavramına karşı çıkarak yeni bir toplumsal dinamik yaratmıştır (Göle, 1986:16). Çünkü (devletçi) elitlerin medeniyet projesi yerel örüntüleri ve geleneksel değerleri dışlanmış, Bourdieu'nün *habitus* diye adlandırdığı, bilinç ve dil düzeyinin altında işleyen, kişinin denetiminden uzak, irade dışı, giyinmesini, konuşmasını, hareketlerini vb. tanımlayan alana nüfuz etmiştir ve bu sebeple İslamcı hareket, modernizmin bellekten sildiği Müslüman kimliğini kolektif bir biçimde yeniden ortaya çıkarmıştır (Göle, [1991] 2008:171-72).

Yael Navaro-Yashin *Devletin Yüzleri: Türkiye'de Laiklik ve Kamu Yaşamı (Faces of The State: Secularism and Public Life in Turkey – 2002)* başlıklı kitabında Türkiye'de İslamcı hareketin yükseldiği 1980 ve 1990'larda inançlı, kapitalist, Müslüman bir sınıf oluştuğunu dile getirir. Bu grubun aktiviteleriyle ilişkili olarak İslamcı hareketin şekillendiğine, ancak bu Müslüman kapitalist sınıfın pek çok yönden laik burjuvadan farklı olduğuna değinir. Özellikle şehir merkezlerinde yaşayan muhafazakâr sınıf insanların Batılı sermaye ile daha sıkı ilişki içinde olması sebebiyle daha zengin bir soyun temsilcileri olduğunu iddia eder. Müslüman elit grubunun özelliklerini Anadolu'daki pek çok kasaba ve şehirden gelen tutucu ailelere mensup, sermaye sahibi kişiler olarak tanımlamaktadır. Kısacası İslami pazar ve İslamcı şirketleri kapitalist sınıfın içinde değerlendirmekte, Müslüman kapitalistlerin tüketim için bir pazar oluşturduğundan ve onun kurallarına bağlı olarak üretim yaptıklarından bahsetmektedir: “*Çağdaş Türkiye'de laikler ve İslamcılar aynı tüketici kapitalist pazarda yer almaktadır. İki kesim arasındaki politik kimlikler dünya çapındaki serbest pazarın mal ve ürünleri bağlamında birleşmektedir*” (Navaro-Yashin, 2002:113). Bu bağlamda tüketim olgusu, ister muhafazakâr olsun ister laik, Türkiye'de elit grubu belirleyen sınırlar doğrultusunda, birleştirici bir unsur olarak belirmektedir.

1.3.3. Elitler, Kadın ve Güzellik

Sosyal tabakalaşma ve elitleri daha geniş bir kapsamda ele alan Pierre Bourdieu, *Devlet Soyluları (The State Nobility - 1989)* isimli eserinde, Fransa'daki bir sınıfın diğer sınıflar üzerindeki hâkimiyetini inceler. Bu hâkim durum, ekonomik, sembolik ve sosyo-kültürel sermayelere ait etkileşimler sonucu ortaya çıkar. Ekonomik sermaye, mali zenginlikle temsil edilir; ancak sanatsal çalışmalara yapılan yatırımlarla, hayır yatırımlarıyla ve bu gibi faaliyetlerle sembolik sermayeye dönüştürülebilir (Bourdieu & Wacquant, 2003:23).

Bourdieu'ye göre sosyal sermaye, referans tanıdık kişilerle, profesyonel ve kişisel ilişkilerle tanımlanır. Sosyalizasyon süreciyle ilişkilidir ve tutum ve davranışlar, sosyal sermayeye referansla açıklanır. Bourdieu ayrıca ekonomik ve sosyal sermayeler yanında özgeçmişle ilişkili, davranışsal eğilimlerde sergilenen *habitus*la yoğun bir biçimde ilişkili olan “kültürel sermaye”den bahseder. Kültürel sermaye, ergenlik dönemince bilinçdışı olarak edinilen uzun vadeli, mizaca dair eğilimler oluşturur (Bourdieu, 1986). Bu eğilimler, bu çalışmanın da konusu kapsamında olan güzellik algısı, zevkler ve çeşitli yaşam tarzlarını oluştururlar. Elit aileler, çocuklarını büyük okullara gönderirler ve bu okullar onların elit olmalarını onaylarlar. Ancak bu davranış da Weberci anlamda bir rasyonel davranış değildir. *Habitus* olarak isimlendirdiği, bilinçdışı ağırlıklı davranışsal eğilimlerle açıkladığı (Bourdieu, 1996:3) davranışların temelinde, haz faktörü yatar. Böylelikle defalarca yeniden üretilen sosyal tabakalaşma, süreklilik gösteren bir elit sınıfın varlığını sağlar.

Kültürel sermayenin kendini ifşa ettiği güzel sanatlar, medya, güzellik endüstrisi ve moda gibi alanlarda Bourdieu'ye göre aktörlerin başarı ya da başarısızlığı kendi *habitus*larına bağlıdır. Bourdieu'nün kavramsal setinde sıklıkla kullandığı “alan/saha” (*field*) kavramı yine sınıfsal mücadelenin gerçekleştiği, iktidara içkin bir terimdir. “*Saha, sosyal ilişkiler üzerinde yürütülen rekabetin gerçekleştiği sistemin adı ve yapılandırılmış bir boşluk olarak hem belirleyen, hem de belirlenen bir konumdur. Bourdieu için modern toplum homojen bir bütün değildir, bir dizi farklılaştırılmış yarı özerk sahadan (dini saha, akademik saha, eğitim sahası, kültürel üretim sahası gibi) oluşmaktadır*” (Bourdieu, t.y; Aktaran Türk, 2010:7). Bir başka ifade ile alan, aktörlerin sermayelerine göre ve *habitus*larına bağlı olarak iktidar oyununu oynadığı yer olarak özetlenebilir.

Smith'in *Kültürel Üretim Alanı (The Field of Cultural Production)* (Bourdieu, [1968] 1993:7) kitabından yaptığı aktarıma göre, yüksek ve alt kültür arasında (dolaylı olarak sınıflar arasında), çeşitli tarzlar arasında ve meşruiyet (yasallık) ve/veya hâkimiyet uğruna sanatçılar arasındaki mücadele tarihe dayanmaktadır (Smith, [2005] 2007:193). İşte bu farklı sınıflara özgün alanlar arasında süregelen mücadele alanını, “iktidar sahası” olarak şu şekilde tanımlar:

Bu mücadele süreci ve gündelik hayatın dokuları içinde “sembolik olanın belirleyiciliğine dayalı” bir iktidar ve şiddet mantığı su yüzüne çıkmaktadır. Pierre Bourdieu'ye göre, sembolik iktidar “gerçekliği kurma/yapılandırma iktidarı”dır. Üstelik bu iktidar dünya algısını, sözcük ve ifadeleri, inancı kuran bir pratik olarak “neredeyse sihirli bir güçtür.” Bu sihirli gücün başarı kazanması, Gramsci hegemonya kavramını anımsatan bir biçimde, tâbi

olanların bu güce ve onun meşruiyetine ve onu icra edenlerin meşruiyetine inanması gerekmektedir. Sembolik iktidar bir “dünya kurma/oluşturma” gücüdür. Sembolik iktidar sosyal dünyanın meşru bir versiyonunu empoze etmeye çalışır (Bourdieu, 1991; Aktaran Türk, 2010:8-9).

Bourdieu’nün kültür üreticileri olarak örneklendirdiği -bu çalışmada görüşlerine yer verilen- sanatçılar, yazarlar, gazeteciler ve entelektüel elitler, kültürel sermayenin bir türü olan “simgesel sermaye”yi üreterek toplumsal düzenin “meşrulaşma”⁶sında kilit rol oynamaktadırlar (Swartz, 2011:135). Kültürel ve ekonomik sermayelerle desteklenen *habitus*a sahip bu baskın sınıf, modanın, estetik algısının ve birçok zevkin (*taste*) de şekillendiricisidir. Tam bu noktada simgesel şiddet kavramı devreye girer. Devlet ve elitler, yeniden üretimini sağlamak için, fiziksel şiddet içermeyen bir baskı unsuru kullanırlar. Simgesel şiddet, bir toplumsal eyleyici üzerinde kendi suç ortaklığıyla uygulanan şiddet biçimidir (buradaki suç ortaklığı *habitus* kavramını açıklar) (Bourdieu & Wacquant, 2003:166; Aktaran Özsöz, 2010:19).

Bu bağlamda, tezin sorunuyla ilişkilendirilen kitle iletişim araçlarından televizyon, Bourdieu tarafından, simgesel şiddetin dinamiklerinden birisi olarak değerlendirilmiştir. Bourdieu için de çok önemli bir konu olan televizyon, elitlerin, yönetenlerin veya hâkim sınıfın kendi lehlerinde kamuoyu oluşturmaları açısından önemli bir şiddet aracıdır. Bourdieu bu şekilde oluşmuş olan kamuoyunun ne derece var olduğunu da ayrıca tartışır. Televizyon kanallarının kimlerin elinde olduğu ve kanalları elinde bulunduran kişilerin iktidarla olan ilişkileri Bourdieu’nün üzerinde önemle durduğu konulardandır:

Fast-thinker’ler, Bourdieu’nün tanımlamasıyla, istenilen konuda istenilen şeyleri akademik bir üslupla söyleyen ve medya tarafından sıklıkla tercih edilen popüler (sözde) akademisyenlerdir. Bu yolla simgesel şiddetin yeniden üretildiğini ve bu şiddet biçiminin ona maruz kalanların ve aynı zamanda da, çoğu kez onu uygulayanların sessiz suç ortaklığıyla ve her iki tarafın da onu uyguladıkları ya da ona maruz kaldıklarının bilincinde olmadıkları ölçüde uygulanan bir şiddet biçimi olduğunu söyler (Bourdieu 1997:21-22; Aktaran Özsöz, 2010:20).

Popüler medya analizi yapan John Fiske’e göre [toplum tarafından gönüllü rızayla kabul gören] hegemonik stratejiler sınıf, toplumsal cinsiyet, yaş ve diğer [güzellik] gibi

⁶ Meşrulaşmak: Ar. Yasanın, dinin ve kamu vicdanının doğru bulduğu bir nitelik edinmek, yasallaşmak. Meşrulaştırmak: Herkesçe onaylanacak bir niteliğe kavuşturmak, yasal duruma getirmek (Püsküllüoğlu [1995] 2007:1251).

konularda “sağduyu”nun (*commen sense*) yaratıcısıdır (Fiske, [1982] 2002:176). Bunları üreten iktidar bloğunun medya, endüstri, eğitim ve devlet gibi kurumlar aracılığıyla ve bu kurumlar içinde ifade edilen egemen güçlerin ittifakından oluştuğunu açıklar. Storey bu noktada Fiske’i, Ian Cornell ile karşılaştırır. Cornell’e göre tutarlı bir politik felsefe ya da stratejiden yoksun bulduğu popüler basın, elit kültüre karşı popülist bir mücadele vermektedir. Onu Fiske’den ayıran görüşü, iktidar bloğu ve temsilcilerinden oluşan elitlerin de popüler basında sert bir şekilde eleştirildiği üzerinedir ki bu temsilcilerin tavır ve davranışları okur kitlesi için en anlamlı şekilde yansıtılabilir. Cornell bunu yaparak üstlendikleri misyonunun eşitsizliğe son vermek olmadığını, aksine en iğneleyici saldırıları, şans eseri yıldız olan kişilere yaptıklarını dile getirmektedir (Storey, 2000:90-96). Bu bir anlamda iktidarın, ona karşı olan muhalefeti dahi kendi içinde yarattığını dile getiren görüşlerle paralellik kazanmaktadır. Bu teori aynı zamanda araştırma grubunun belki de muhalefet bir ses oluşturabileceği, medyanın sunduğu güzellik imgesi veya kadın profilini eleştirebileceği ya da ince beden, yanık ten, okka burun, dolgun meme ve dudak gibi imaj setinden bağımsız bir güzellik anlayışını savunabileceği gibi olasılıklara da işaret etmektedir.

Bir başka sosyal bilimci Georg Simmel’e göre, tüketim ekonomisi, dış görünüme dayalı moda yoluyla elitler tarafından sürdürülmektedir. Dış görüntü, birçok tüketim ürünü için önemli bir öğedir. Giyim kuşamdan araba modellerine, mobilyalardan elektronik eşyalara kadar bu ürünlerin birçoğu temel fonksiyonlarına göre değil moda akımlarına göre tüketilmektedir. Belirli tasarımlar, belirli dönemlerde moda olurlar, güzellik anlayışı ve sosyal davranışlar üzerinde de etkili olurlar. Simmel bu konuyu şöyle işlemektedir:

“Moda bütünüyle sosyal nedenlere dayalı bir olgudur... Bu durum, moda ürünlerinin üretiminde yalnızca objektif ihtiyaçlara, salt estetik kaygılara ya da diğer işlevlerin dikkate alınmadığı olgusu ile kanıtlanabilir. Eğer genel anlamda giyim kuşamımız birebir ihtiyaçlarımıza dayalı olsaydı, modanın dikte ettiği hiçbir öge onda bulunmayacaktı. Çirkin ve tiksindirici olarak yargılananlar bazen revaçta olabilir. Modanın böylelikle, yalnızca kendisi için oluşturabildiği bir arzu alanından bahsedilebilir” (Simmel [1904] 1957:544).

Bu bağlamda Simmel, moda ve moda akımlarının ancak modaya yönelik tüketimin bir sosyal eylem olarak değerlendirildiğinde anlaşılabilirliğini iddia eder. Ona göre moda, farklılaşma ihtiyacını tetikler; çünkü moda farklı sınıfları birbirinden ayırır - üst tabakaya ait moda olan şeyler alt tabakadakilerle özdeşleştirilmez, gerçekte onlar diğer

tabakalar tarafından sahiplenilmeden hemen sonra terk edilmişlerdir. Modanın, bir tür taklit ve eşitleme formu olmasına rağmen aynı zamanda zamanla değiştikçe, bu değişim sosyal tabakalaşmayı da sağladığını açıklar. Bir sosyal sınıfı birbirine bağlarken, onu diğerlerinden de ayırır. Kuramcıya göre elit, modayı icat eder ve avam onu taklit ettiğinde yeni bir mod icat eder. Simmel son tahlilde kabilelerde ve sınıfsız toplumlarda modanın olmadığını örnekler ve modanın maddi birikimle birlikte ortaya çıktığını yorumlar (Simmel, [1904] 1957:543).

Fernand Braudel de Simmel ile paralel bir düşüncededir. Ona göre üst sınıflar yeni stiller üretmek zorundadır. Kaliteyi temsil eden burjuva kadını ve erkekleri tarafından yeni kıyafetler giyilmelidir (Braudel, 1981:324). Böylelikle elitleri diğerlerinden ayırtıran özelliklerden farklılık ve bireysellik tüketim aracılığıyla elde edilir. Yine Simmel'e göre bu yeni burjuvalar şehir hayatına uyum sağlayabilmek adına ya statü, moda etiketleri ya da bireysel farklılık peşinde koşarak sahte bir kimlik yaratmaya çalışırlar; işte Veblen ve Simmel tarafından teşhis edilen bu sınıf, kendi kimliğini ifade etmek ve kendisini diğerlerinden ayırmak adına tüketen burjuvazidir (Storey, 2000:140). Hâkim sınıfın ataerkil ve kapitalist ideolojiler çerçevesinde kurguladıkları ve tüketime dayalı güzellik hiyerarşisinde modanın rolü daha sonraki bölümlerde detaylı olarak işlenecektir.

Beğenilerin sınıflara özgü bedenler tasarladığını savunan Bourdieu'ye göre, ayrıcalıklı sınıflar “yaşamı üsluplaştırma eylemi”ndedirler. Yine Bourdieu'den hareketle, kültürel sermayenin estetik değerlere ilişkin nesnel bilgiyi içermesi bağlamında, güzellik algısının içselleştirilme süreci “*doxa*”⁷ kavramıyla da açıklanabilir. “*Doxa*”, sorgulanmayan, doğal kabul edilen, inanç haline gelmiş, sabitleşmiş düşünceleri ve hâkim görüşü (Bourdieu, 1997:164) anlatan bir kavram olması sebebiyle, kadınlara dayatılan ve kadınlar tarafından ulaşılmaya çalışılan ideal güzellik anlayışı bir *doxa* olarak da ele alınabilmektedir. Çünkü onların “söylemleri” ya da eylemleri birer “*doxa*” olarak algılanarak, genelde sorgulanmadan/üzerinde düşünülmeden alışkanlığa dönüşebilmektedir. *Doxa* ile belirli bir dünya görüşüne işaret eden Bourdieu, *doxa* aracılığıyla pek çok şeyin bilinmeden kabul edildiğini ve bunun ideoloji denilen şey olduğunu açıklar (Bourdieu, 1997:268). Dolayısıyla güzellik anlayışının aslında *doxa*

⁷ Platon felsefinde “sanı” olarak kullanılan *doxa* kavramı “ortodoksi”den (başkalarının farklı görüşlere sahip olabileceklerinin bilincinde doğru olduğunu iddia ettiğimiz) veya inançlardan daha temeldir. *Doxa* için Ortodoksi örgütlü dinin öğretilerine uymak kadar, inancın dayatılan doğruluğu olduğu belirtilir. *Doxa* hissedilen gerçeklik, itiraz kabul etmediğimiz, aksine olası bir itirazdan önce gelen bilinç-öncesi anlayışları anlatan bir kavramdır (Calhoun, 2013:13).

olarak incelenmesi, Bourdieu'nün günlük yaşam pratiklerinde sorgulamadan kullanılan kavramların bir sosyal bilimci tarafından sorgulanması gerektiği görüşünü desteklemektedir.

Foucault'nun söylem-iktidar analizine göre söylemler, güç ilişkileri alanında taktik öge ya da bloktur; aynı strateji içinde farklı, hatta karşıt söylemler olabilmekte ya da karşıt stratejiler içinde hiç biçim değiştirmeksizin gidip gelebilmektedirler (Foucault, [1996] 2007:78). Bu bağlamda sol ve sağ ideolojiler üreten elitlerin güzellik ve kadın üzerine söylemlerinin araştırılması, farklılık ya da benzerlikleri de ortaya çıkarmış olacaktır. Foucault'nun yorumuyla toplumda güçlü olanın söylemi egemendir ve toplum tarafından algılanır. Elitlerin toplumsal bir güce sahip olduğu gerekçesiyle güzellik söyleminin bu azınlığın üretimiyle ya da aktarımıyla toplumsal hafızada şekillendiği var sayılmaktadır. İşte bu amaçla çalışmada Foucault'nun değindiği anlamda, güç dinamikleri açısından toplumu yönlendiren egemen söylemi gerçekleştirdiği/yaydığı düşünülen kişilerin görüşlerine danışılmıştır.

Bu araştırmada elit teorisinin bir başka açıdan önemi Türkiye'de kadın kimliğinin oluşum sürecinde Cumhuriyetçi elitlerinin oynadığı roldür. Ayça Alemdaroğlu “Erken Cumhuriyet Türkiye'sinde Kurum Siyaseti ve Öjenik Söylem” (*Politics of The Body and Eugenic Discourse in Early Republication Turkey* – 2005) başlıklı makalesinde Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu sırasında görülen sosyal ve kültürel dönüşümde Kemalist elitlerin etkisinin ve otoriteye bağlı gücünün altını çizmektedir. Alemdaroğlu, bu Batılılaşma ve medenileşme sürecinde beden, güzellik ve estetik gibi değerleri kapsayan fiziksel bir dönüşümden bahsetmektedir. Tam da bu noktada modernleşme ve uluslaşma süreci boyunca kadın bedeninin politik tartışmaların merkezinde olduğunu yorumlar ve Kemalist rejimin ulus-devlet ideolojisinin kadınlar üzerinden görünür kılındığını anlatır. Kamusal alanda kadına özgürlükler sağlamasının yanında, kadınların annelik ve ev işlerindeki rollerinin de vurgulanmış olduğunu aktarır. Yeşim Arat ve Deniz Kandiyoti'ye atıf yaptığı bu bölümde Alemdaroğlu, tüm gelişmelere rağmen milliyetçi söylemin kadına “aydın” annelik ve “bilinçli” ev idaresi görevleri konusundaki etkisine ve bunun kadınların eğitimi için esas gerekçe olduğu görüşüne yer verir (Arat, 1997, Kandiyoti, 1997; Aktaran Alemdaroğlu, 2005:66). Bu anlamda, Kemalist rejimin kadınlar üzerine iki farklı söylemi olduğunu, Yeşim Arat'ın sözleriyle pekiştirir:

Devlet, elit kadınların toplumsal hayata katılımının artmasını teşvik ederken, bu arada çok sayıdaki “diğer” kadınlara farklı bir mesaj vermekteydi: onlardan beklenen, modernizasyon sürecine katılımları

elit çalışan kadınlar olarak değil, ev hanımı olarak özel alanda ev hanımlığına, *à la* Batı, “disiplin”, “itaat” ve “bilinç” getirmeleri idi (Arat, 1997:100; Aktaran Alemdaroğlu, 2005:66).

“Gündelik Bilginin İnşası Bağlamında Sosyal Temsiller: Modernlik, Gelenek ve Din” (2003) başlıklı makalesinde Oya Paker, modern Cumhuriyet’in ideolojisi çerçevesinde Batılılaşma, modernleşme ve ilerleme kavramlarının, elitler tarafından halka empoze edildiğini ifade eder. *Fitness* (zindelik), çocuk eğitimi, beslenme, sağlık, güzellik gibi konularda modernliğin sosyal temsilleri üretilir. Zira modernliğin sosyal temsilleri üzerine yapılan çalışmalara göre bunun hegemonik bir temsil olduğu belirtilmektedir (Paker, 2003:248-255). Paker’in, Batı toplumlarında sosyal temsillerin bir ikonla birlikte ortaya çıktığı açıklamasından hareketle Kemalist elitlerinin yeni kadın kimliği “bir temsil”, bu kurgudan doğan kadın bedeni ise “bir ikon” olarak değerlendirilebilir. Laik ve ulusal bir devletin “gösterge” veya “simge”si olarak konumlandırılan bu yeni kadın (Berktaş, 2004:18) kimliği konusu üçüncü bölümde ayrıntılı olarak tartışılmıştır.

Edip Asaf Bekaroğlu “Başörtüsü Reklamları Muhafazakâr Bir Dönüşümün Hikâyesi” (2008) başlıklı makalesinde seküler sembollerle inşa edilen Cumhuriyet’in kamusal alan (modernleşme) projesinin muhafazakâr/dindar kesim tarafından direnişle karşılandığını ifade etmektedir. Diğer yandan bu kesimin farklı bir tarzda da olsa modernleşerek Cumhuriyet’in temellerini sağlamlaştırdığını iddia etmekte, görüşünü başörtüsü reklamlarını analiz ederek açıklamaktadır. Modanın ve reklamların, kendilerine ait dili ve mantığı empoze etme işlevinden hareketle, tesettür reklamların ne tür bir Müslüman kadın inşa ettiğini araştırmıştır. Bekaroğlu, “Müslüman hanım”dan, kapitalist toplumun aktörlerine geçişte İslam’ın değişmez ilkeleri ile moda ve modernitenin arasında gerilimler ve ikiliklerin yaşandığına, en büyük ikiliğin “örtünme” ve “giyinme” şeklinde olduğuna değinmektedir. Yazara göre başörtüsü reklamlarında dini vecibe olarak sunulan “örtünme”ye karşılık, “giyinme” estetik ve çekici olmanın kalıplarını açmış ve örtünmenin içeriğinde bazı dönüşümler meydana getirmiştir. Bunun yanında Bekaroğlu, başörtüsü reklamları aracılığıyla elitist beğenilerin de gözlenebileceğini dile getirmektedir:

Özellikle 1990’ların ortalarından itibaren bu kesimin yaşam alanlarının parçalandığı, statü gruplarının ayrıştığı, sınıfsal farklılıkların yaşandığı, elitist zevklerin olduğu bu reklamlardan da anlaşılmaktadır. Türkiye’de itibarın temel kaynağı olan sembolik araçlardan; yani Batılı görünümünden ve yaşam tarzından yoksun olan dindar kesim kendi yaşam alanlarında etkili olan sembolik araçları üretmekten geri kalmamıştır. Bu süreçte başörtüsü markaları ve bağlama şekli statünün sembolü olmuştur. Bugün kimi çevreler tarafından iddia edildiği gibi başörtüsünün siyasal

bir sembol olduğundan ziyade bu analizin bize söylediği şey değişik şekillerde bağlanan farklı markalarda ipek eşarpların ancak muhafazakâr kesimin modernleşmesinin ve kendi içerisindeki statü farklılaşmasının sembolü olduğudur (Bekaroğlu, 2008:11).

Kadın giysilerinin kimlikler üzerinden yürütülen pazar savaşında önemli bir sembolik yeri olduğunu dile getiren Navaro-Yashin, laikler ve muhafazakârlar arasındaki politik kültürün, küreselleşmeden etkilenen tüketim piyasası şeklinde geliştiğini yorumlamaktadır. Türkiye’de 1980 ve 1990’larda İslamcı hareketin yükselmesinin kadınlar için türban, pardösü, başörtüsü gibi yeni bir pazarın oluşmasını sağladığını belirtir. Bu görüşünü tıpkı Bekaroğlu gibi taşlanmış ipekten yapılan İslami kadın giysileriyle örneklendirir. İslamcı kadın öğrenciler arasında moda olan bu tarz pardösülerin hiç ucuz olmadığını vurgulayarak bu kesimin geleneksellik algısına bir gönderme yapar (Navaro-Yashin, 2002:79-82):

Bu ürün İslami mağazalarda iyi kalite “yabancı mal” olarak satılıyordu, İslami öğrenciler arasından moda olan başörtüsü ve pardösüler yerel kültürün, geçmişin ve değerlerin temsil ettiği savunulmasına rağmen İngiliz kumaşından yapılmaktaydı (Navaro-Yashin, 2002:79-83).

İslami moda ve güzellik konusunda Bekaroğlu, yine tesettür reklamları aracılığıyla bir atıfta bulunmaktadır. Bu bağlamda devletçi elitlerin belirlediği güzellik anlayışında muhafazakâr kesimin dışarda bırakıldığına, üstelik olumsuz bir imajla yaftalanmış olduklarına değinir. 1990’lı yıllardaki reklam metinlerinde örtünme ile güzelliği bağdaştıran vurguya dikkat çekmektedir:

Devlet elitleri tarafından sunulan tepeden inmeci dönüşümler sürecinde Türkiye’nin dindar insanları çirkin, köylü, gerici, yobaz olmakla nitelendirilmiş, dışlanmış ve marjinalize edilmişlerdir. Başörtüsü, bilinçli veya bilinçsizce, Müslümanlar üzerindeki bu hegemonik söyleme meydan okumanın sembollerinden biri olmuştur. Dolayısıyla, “beyaz Türkler” tarafından hep negatif imalarla anılan örtünmenin güzel olabileceği fikri 1990’lı yılların ilk dönemindeki tesettür giyim reklamlarındaki ana temalardan biridir. “Örtülü ve zarif olmak istiyorsanız”.

Burada örtünmeyi çirkin gösteren tüm imalara karşı örtülü olmak ile zarif/sık olmayı ısrarla bağdaştıran bir çaba söz konusudur. Ancak ilk bakışta gözden kaçabilecek ikinci ve daha önemli bir konu vardır: bu reklam ancak belli bir örtünme tarzının güzel ve şık olabileceğini işaret etmektedir. O da yukarıda sözü edilen, Özal hükümetinin çizdiği “modern örtünme” sınırlarına girebilen türbandır (Bekaroğlu, 2008:5-6).

Bekaroğlu'nun tespitiyle denilebilir ki, 1983 yılında Özal dönemiyle başlayan ve günümüzde hızlanarak devam eden özelleştirme sürecinde elit gruplar yer değiştirmiş, İslami elitlerin iktidara ortak olduğu bir toplumsal değişim ve dönüşüm gerçekleşmiştir. Sosyo-kültürel eylem olarak ılımlı İslam hareketini temsil eden bu kesim, kendine uygun politik ve bürokratik zemini, Özal iktidarı ile bulmuştur (Macit, 2006:464). Yukarıda araştırılan Cumhuriyet elitlerinin sunduğu Batılı, modern kadın imgesinin yanında, özellikle AK Parti iktidarıyla (2002) toplumda dine bağlı, geleneksel rolleri sürdüren, ancak aynı zamanda modaya göre yeni örtünme pratikleri benimseyen İslami elit kadınlar görülmeye başlanmıştır. Bununla birlikte laik-muhafazakâr düâlitinin (ikileminin) her iki kesimine mensup elit kadınlarının da, tüketim tarafından dayatılan güzellik ve moda anlayışını takip ettiği söylenebilir. Görüldüğü gibi “elitler, kadın ve güzellik” üçgeninde, dünya görüşü ne olursa olsun, özellikle orta ve üst sınıf kentli kadınların tüketim ekonomisi içinde “özne” olarak değil de “nesne” olarak görüldüğüne dair toplumsal bir algı bulunmaktadır.

1.4. Önem ve Öncelikler

Günümüzde ideal güzelliğin cinsel çekicilikle (*sex appeal*) ilişkilendirilmesi sonucu güzelliğin; davranışın, aklın, zarafetin, erdemin ve bunları tamamlayan kişisel olgunluğun dış görünüşe yansıyan bir kişilik boyutunun da olabileceği unutulmuştur. Tüketim toplumlarında dönemin moda olan beden formunu yakalayamayan, ince/uzun boylu olmadığı için sosyal ortam(lar)da -ya da profil fotoğrafı çekici bulunmadığı için “sanal ortam(lar)da”⁸- geri planda tutulan pek çok kentli kadın, çoğunlukla şişman ya da çirkin olarak nitelendirilmekte, bu kadınların kişilik özellikleri dikkate alınmamaktadır.

Büyük kentlerde yaşayan orta ve üst sınıf kentli kadınlara, tek amaç güzelleşmekmiş gibi bilinçdışı yollarla “nasıl görüntü verdiği” düşüncesinin şartlandırıldığı bazı araçlar (medya, moda, vitrin, pazarlama gibi) kullanılmaktadır. Oysaki doğuştan çekici fiziksel özelliklere sahip azınlıktaki diğer kadınların da mutsuz olabileceği öngörüsü, tablonun açmazlarını sergilemektedir. Bu bağlamda güzelliğin bütüncül tanımının altını yeniden çizerken, güzellik kaygısının kapitalist tüketim ekonomisinin en

⁸ Sanal ortamdaki sosyal paylaşım sitelerinden *Facebook* ya da *Tiwitter*'da, güzel, seksi ya da çekici fotoğraflarını dolaşıma açan ya da kimlik bilgilerinin yer aldığı profil bölümünde piyasanın güzel olarak öne sürdüğü ünlü kadınların fotoğraflarını koyan azımsanmayacak sayıda kadın bulunmaktadır. Erotizm sınırlarına varacak düzeyde fotoğraflarını paylaşan ve son yılların en gözde modeli olan bir arkadaşım, bu davranışının ona kariyer ve iş fırsatları sağladığını dile getirmiştir.

yoğun hissedildiği kentlerde yaşayan orta ve üst sınıfa mensup çok sayıda kadını kapsayabiliyor olması, araştırmanın önemini bir kez daha gündeme getirmektedir.

Güzellik kaygısını, yargısını ve hiyerarşisini derinden yaşayan biri olarak, güzelliğin, düşüncelerin görünüşümüzdeki yansımasıyla belirttiği kanısındayım. Dışarıda pek çok uyarıcı varken, hangi bilgi ya da şartlanmışlıkla aynaya bakıyoruz, bunu kestirebilmek zor. Daha önce de belirttiğim gibi insan yaşamında nerede bireyselliğin, nerede kültürel öğretilerin etkin olduğunu anlamak çok güç. Güzellik tacı giymeme rağmen, hassas noktadaki özgüven duygum, giyinirken aynada kendime yabancılaşmam, fotoğraflarda gözümün aradığı en güzel poz, güzellik uygulamalarına kayıtsız kalamayıp, modellik mesleği içinde deneyimlediğim güzellik hiyerarşisi gibi pek çok neden bireysel önceliklerim arasında gelmektedir. Araştırdıkça bireysel soru ve sorunlarımın, toplumsal bir kadın sorunu olduğunun da ayırdına vardım.

Ülkemizde tüketime dayalı güzellik hiyerarşisi, güzellik endüstrisi ve güzelleşme pratiklerinin kültürel nedenlerini araştıran yayınlar az olduğu gibi, güzellik-sağlık-kültür ilişkisi de göz ardı edilmektedir. Toplumu yönlendiren ve endüstriler tarafından üretilen güzellik söylemleri; reklâmlar, ilanlar, gazete ve dergi yazıları, ikon, marka/diva⁹, güzellik kraliçeleri ve modeller, sağlık ve magazin programları aracılığıyla yayılmaktadır. Kaldı ki kadın bedeninin medya metinlerinde nasıl yer bulduğunun araştırılması, bedenin günlük yaşamın düzenlenmesinde iktidar ilişkilerini görünür kılan bir mekân olduğu bilgisini de pekiştirmektedir (Demez, 2012:529).

Son olarak mükemmel beden imajının depresyon, nevroz, psikoz gibi psikolojik hastalıklardan, “anoreksiya nervoza”¹⁰, “bulimiya nervoza”¹¹ ya da “ortoreksiya nervoza”¹² gibi yeme bozukluklarına yol açması ve hatta estetik ameliyatlar sonucu ölümlere varan vak’alar, araştırmanın tartıştığı bir diğer meseledir.

⁹ (Fr): Sinema, tiyatro, müzik, dans, bale vb. gibi bir sanata yıllarını vermiş, alanında çok usta ve tanınmış sanatçı (Püsküllüoğlu, [1995] 2007:545).

¹⁰ *Anorexia nervosa*: Beden algısı bozukluğu hastalığı

¹¹ *Bulimia nervosa*: Kontrolsüz yemek ve bilinçli kusma hastalığı. Eğer kişi haftada en az iki kez aşırı yeme atakları geçirip kilo kontrolü amacıyla kusuyor, müshil ya da idrar söktürücü ilaçlar alıyorsa ve bu durum üç ay veya daha fazla sürüyorsa bulimik teşhisi konabilmektedir (Bayraktar, 2011:54).

¹² *Orthorexia nervosa*: 1997 yılında Kolordu tıp doktoru Steven Bratman’in geliştirdiği *orthorexia* terimi, Yunanca kökenli olup “ortho” doğru, normal, gerçek, “orexis” iştah anlamına gelmektedir. Ortoreksiya nervoza psikoloji literatüründe sağlıklı yeme saplantısı olarak geçmektedir (Bayraktar, 2011:74).

1.5. Amaç

Bu araştırmanın amacı basitçe güzellik kavramı üzerinde durmaktan ziyade, çeşitli formlar altında belirlenebilen farklı yapılara büründürülebilen, bakış açılarına veya sınıfsal yapılara göre değişebilen, çeşitli iktidar ilişkileriyle bağıntılı kurgulanmış ve son tahlilde tüketimle ilişkilendirilen bir “güzellik” tartışması yapmaktır. Güzellik kavramının altında yatan, kişilik, biyolojik ve toplumsal cinsiyet, tüketim, medya, hegemonya, hiyerarşi, kadın bedeni, iktidar ve kültür kavramlarını ve aralarındaki ilişkileri ortaya çıkararak, kadın çalışmalarına farklı bir katkıda bulunmaktır. Bir başka ifadeyle güzelliğin bir güç aracı, bir iktidar alanı olarak sağladığı kazançların yanı sıra, sadece güzelliğe yatırım yapılmasının kadınlardan götürebileceği zaman, bilgi, para, enerji ve sağlık gibi değerlere de farkındalık getirmeye çalışmaktır.

Önce Türkiye’de “Best Model”, ardından Asya’da düzenlenen bir dünya güzellik yarışmasında ilk üç içinde derecelendirilen ve “ideal beden” sembolü seçilen bir mankenin ve içinde yaşadığı toplumun bazı kadınları tarafından imrenilen fiziksel özelliklere doğuştan sahip bir kadının, var olmaya dair sorunlarını toplumsal algılar ve gerçekler ışığında tartışmaya çalıştım. İçtenlikle söylemek gerekirse güzellik ideallerine bedel ödemeksizin sahip olunsa dahi, kişinin “kendini bilme” (*know thyself*) yolculuğuna çıkmadan yaşama ve mutluluğa “evet” demesinin zorlukları, elbette ki teze yansımaktadır. Benliğim üzerinden yapacağım bir “ben-ötekiler” karşılaştırmasının antropolojinin hassas bir konusu olduğunu belirtmek istiyorum. Foucault’nun değindiği gibi “hakikatin tarihine yönelik girişimimde, amacım ne insanları, ne toplumları, ne de ideolojileri anlamak; insanın kendini düşünebilmesi ve düşünülme zorunda olan bir şeyi ortaya koyarken yararlandığı sorunsallaştırmaların ve bunları oluşturan pratiklerin çözümlemesini yapmaktır” (Foucault, [1996] 2007:128). Burada egemenliğin hegemonik bir biçimini anlatan “hakikat”i; resim, heykel, fotoğraf, şiir, söylence, deyiş, kutsal metinler ve söylemler aracılığıyla çözümlemek, toplumsalı okumak açısından da önem kazanacaktır.

Özetle, Türkiye’de güzellik kavram ve olgusunun değişik alanlarda yeterli olarak incelenmemesi gerçeğinden yola çıkarak, kadın, güzellik ve iktidar ilişkisini elitler üzerinden araştıran bu çalışmanın, pozitif görüş ve kişilik gelişiminde önde olması arzu edilen kadının, feminist görüşlerde ifade bulan “kadınlık bilinci” anlayışını farklı alanlarda yeniden gündeme getirmesi ve belki de güzelliğin ardında yatan toplumsal ilişkilerdeki çözümsüzlük gerekçelerini ortaya çıkartması amaçlardan birisidir. Kaldı ki benim gibi modellik mesleğinin özgün sınırları çerçevesinde güzellik sergilemesi yapan kadınlar

dışında bugün medyada sosyetenin, yarışma ünlülerine varıncaya kadar hemen her kadının güzellik yarışında bulunması, güzelliğin hiyerarşik olarak konumlandığını ve sorunun daha da genele yayılmakta olduğunu göstermektedir. Kısacası tüketerek tüketim nesnesine dönüşen kadınların sayısının artıyor olması, güzelliği de kültürel bir sorun olarak araştırmayı görünür kılmaktadır.

1.6. Araştırmanın Odağı

Bu araştırmanın odağı, kadın ve güzellik konusuna antropolojik bir çözümleme yapabilme gayretinden oluşmaktadır. Bu bağlamda güzellik anlayışına eleştirel bir bakış açısı getirerek, güzellik kısılacında kalan orta ve üst sınıfa mensup kentli kadınların tüketim nesnesine dönüşme süreci mercek altına alınmaya çalışılmıştır. Kadını nesneleştiren eril hegemonya, modern kadın kurgusunda güzelleşmenin ve özgürleşmenin yolunu tüketimle ilişkilendirmiştir. Kapitalist tüketim ekonomisinin dayatması sonucu kadın bedeninin ticari bir nesne olarak pazarlanması, kadın kimliğini görünüş ve kişilik olarak parçaladığı ve bu sebeple bir kimlik/benlik bunalımına yol açtığı öngörülmektedir.

En küçük bir gerçeklik kırıntısının dahi siyasal koşullanmaya tâbi olması (Foucault, [1996] 2007:13), araştırmayı başka bir boyuta, kadınları güzel olmaya yönlendiren söylemlerin pek çok yapı ile bağlantısı olduğu sonucuna taşımaktadır. Foucault'nun cinselliği, iktidar, söylem, beden ve duygulanırlığın tarihsel olarak özgül bir düzenlenişi (Direk, 2007:71) şeklinde tanımlamasından hareketle, güzellik ve kadın kavramlarının kültürel üretimini, tarihsel bir kronoloji içinde ayrıntılarıyla çözümlemek gerekmektedir. Foucault'nun değindiği gibi iktidar ve bilginin birbirine söylem içinde eklenmesi sebebiyle, güzelliğin neden bir güç olarak dile geldiği de zaman zaman söylemleriyle gündemde yer alan, -bir veri kaynağı olarak- elitler grubu üzerinden tartışılmıştır. Çünkü bir iktidar grubu olarak nitelendirilen elitler, büyük ve önemli sonuçlara yol açan kararlar alabilecek konumdaki insanlardan oluşmaktadır (Mills,1974:8). Katılımcılardan güzellik anlayışına dair elde edilen bilgiler, iktidarın ve onun güzellik söylemlerinin etkisiyle tüketim nesnesine dönüşen kadın sorununu anlamak açısından önemli olabilir.

BÖLÜM II. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde, güzellikle ilgili olarak kavramsal bir çerçeve oluşturulmuştur. Bu bağlamda güzelliği kadına yönelik ve kadın üzerinden gerçek bir fenomen yapan “ideal güzellik”, “düalist güzellik” ve “modern güzellik” kavramları birer alt başlık altında ele alınmıştır. Kökenlerinin tarihsel ve kurumsal kavramsallaştırmaya dayanması sebebiyle, bu üç kavram tarihi oluşumu içerisinde incelenmiştir. İktidarla ilişkili olması bağlamında heykel, resim, fotoğraf gibi “görsel” kültür ürünleri ile deyişler, dini metinler, gazete ve dergi yazıları, sloganlar ve söylemler gibi “yazılı” kültürel ürünleri aracılığıyla kadın ve güzelliğin nasıl tasvir edildiğine yer verilmiştir. Bu yazılı ve görsel kültür ürünleri, ataerkil toplumsal cinsiyet kalıplarının oluşmasında Judith Butler’ın kullandığı anlamda “performativite” (*performativity*) sürecini göstermesi bakımından önemlidir. Söylemler ve eylemlerin tekrarına ve akışkanlığına dayalı bir süreçte cinsiyet kimliğinin belirlenmesini ifade eden performativite kavramı, erkeğe göre pasif, ikincil ve aşağıda konumlanan (ve üçüncü bölümde araştırılacak olan) kadın kimliğinin sınırlarının nasıl çizildiğini, yasalaştığını ve herkes tarafından kabul edildiğini göstermektedir.

Modern güzellik anlayışıyla aynı anda izlenebilen güzellik endüstrilerinin ve medyanın doğuşuyla birlikte kadınlar, çeşitli kültürel politikalarla inşa edilen; ölçülüp, biçime sokulan bir güzellik anlayışını daha hızlı içselleştirmektedirler. Bu politikaların üretiminin iktidar ile ilişkili olması sebebiyle güzellik endüstrisi ve medya iki ayrı başlık altında incelenmiştir; güzelliğin simgesi haline gelen resim, heykel ve fotoğraf örneklerine ve güzellik söylemlerine yer verilmiştir. Bölüm sonunda günümüzde sağlığı göz ardı edecek boyutta olduğu düşünülen güzellik hiyerarşisine dikkat çekmek amacıyla “sağlıksız güzellik” kavramı kullanılmış, bu alt başlık altında metalaşan/nesneleşen kadın sorununun sağlığa ilişkin toplumsal ve boyutu tartışılmıştır. Kısacası güzellik kavramının kökenleri tarihteki toplumsal değerlerden, bugünkü değerlerin kurulumuna kadar oluşan kavramlar ve süreçler üzerinden tartışıldığı takdirde, günümüz toplumlarında tüketim nesnesine dönüşen kadın sorununun izlenebileceği öngörülmektedir.

2.1. Güzellik Kavramının Kökenleri

2.1.1. Güzel Nedir/Kimdir?

Güzellik soyut bir kavramdır. “Güzel olmaya çalışan kişiye ve kişiyi güzel bulana göre değişen”, göreceli bir anlam taşır. “Güzel nedir?” sorusunun temeli felsefe literatürüne dayanmakta ve “güzel kavramı” felsefe literatüründe estetik biliminin içinde

incelenmektedir (Kesim & Kar, 2010:174-175). Felsefedeki tanımından yola çıkarak estetik; güzel, komik, çirkin, zarif, ilginç gibi değerler bilimidir. Her estetik tavır ve bundan doğan haz (beğeni), duyuşsal bir temele dayanır; ancak bu yalın bir duyuşsal uyarıma değil, aksine bilgi yetilerimize olan duyarlılık ile zihin arasındaki uyuma bağlıdır (Tunalı, 2001:132). Ancak güzeli tanımlamak hiç de kolay değildir.

Güzel olan bir şey bir kelebek, bir çiçek, bir sanat eseri, bir doğa manzarası gibi yaşamın içindeki görüngülerin somut varlığıyla; ya da zarafet, fazilet, erdem, iyilik, doğruluk gibi soyut (etik) değerlerle algılanır. Avrupa’da güzellik kavramı bir resimle ifade edilirken; Japon Zen geleneğinde güzellik, sanat objesinin bitmiş görünüşünden çok, ressamın fırçayı eline alışındaki zarafetiyle ya da bir çay töreninde çayın fincana dolduruluşuyla ölçülebilir.

Güzelin, güzelliğini açıklamak zor bir sorundur. Tarih içinde “güzel nedir?” sorusuna ilk olarak Yunan filozofları tarafından yapısal ve biçimsel yanıtlar aranmıştır. Güzelliği, doğadan yola çıkarak insanın bedeni ve kişiliğinde arayan ilk filozoflar, ona estetik bir anlayış getirmiş ve kuramlarla açıklamaya çalışmışlardır.

Güzelliği sorunsal boyutta ve felsefenin bir objesi olarak ilk kez ele alan filozof, Platon olarak bilinir. Platon da hocası Sokrat gibi gençlik döneminde güzelliği, iyilik ve doğruluk gibi etik değerlerle açıklamış, ancak yaşlılık evresinde ise geometrik oranlara dayalı ilkelerle tanımlamaya çalışmıştır (Tunalı, 2001:144). Platon’un ardından Aristoteles güzelin başlıca ölçütlerini düzen, oran ve açıklık olarak dile getirir (Ziss, 2009:155). Çiçero ise güzelliği “*Bedendeki belirli bir simetri ve renk hoşluğu*” (Öğdül, 2010:9) şeklinde tanımlanmıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde Sokrat, Platon, Aristoteles, Çiçero, Plotinus, Augustine, Aquinas, Ficino, Shaftesbury tarafından “Estetik Felsefesi” olarak bilinen güzellik kavramı, ahlaki erdemlerle ilgili ruh (davranış) güzelliğiyle ve estetik ölçülerinin bir denge içinde[ki] bütünlüğü şeklinde yorumlanır (Ergenekon, 2002:13). Kısacası, “güzellik nedir?” sorusuna cevap arayan Yunan filozoflarının hemen hepsinin oran, denge ve uyum (ahenk, harmoni) kavramları üzerinde birleştiği söylenebilir.

Yunan kent devletlerinin sona ermesinin ardından, Roma İmparatorluğu döneminde, Helenistik felsefesinin en büyük okullarından biri olan ve İ.Ö. 336 yılında Kıbrıslı Zenon tarafından kurulan Stoa öğretisinde de ahlaki (etik) değerler ön plandadır. Büyük İskender’in fetihleri sonucu Yunan ve Doğu kültürlerinin iç içe geçen zenginliğinin yaşandığı “Helenistik” dönemde, mitolojik tanrıları simgeleyen güzel erkek heykelleri yapılmıştır. Dönemin sonlarına doğru heykellerdeki güzellik ve görkemi

açıklayan ve güzelliğin ölçüsü olarak ele alınması gereken yepyeni bir denklem ortaya çıkmıştır: “Oran Kuramları”. Çalışmanın omurgasını oluşturan “ideal güzellik” kavramının belirli bir ölçüyle ilintili olup olmadığını anlamak amacıyla “güzellik oranları” da incelenecektir.

2.1.2. İdeal Güzellik

Sanatın çeşitli alanlarında insan bedeninin çizimi, anatomi bilgisi, gözlem ve insan vücudunun ayrıntılı incelenmesi sonucunda bazı ideal oranlara ulaşılmıştır. Güzelliği açıklamaya yardımcı olmak amacıyla ilk olarak “simetri”, “kanon” (kesit) ve “altın oran” gibi ölçüler kullanılmıştır. Öyleyse “ideal güzellik”in ölçüleri neye göre belirlenmiştir?

Her şeyin başlangıcının “sayı” olduğunu ortaya atan ilk filozof Pisagor’dur (M.Ö. 580-M.Ö. 500). Pisagor’la birlikte kozmolojiyi, matematiği, doğa bilimlerini ve estetiği aynı şemsiye altında toplayan “estetik-matematik” bakış doğar: “Evrendeki her şey düzenli olduğu için vardır, düzenlidir; çünkü başlı başına varlığın ve güzelliğin en temel koşulu olan matematik yasalarının gerçekleşmesini ifade eder” (Eco, 2006:61). Doğru uyarlanmış bir şey, ortak kanı uyarınca, “güzel” olarak değerlendirilir.

Pisagorcu sanatçılar kadın güzelliğini doğru oran ve simetri koşuluna dayandırmak amacıyla gözleri ve belli belirsiz tebessümle kıvrılan dudakların uçlarını eşit ve simetrik yontmuş, göğüsleri aynı büyüklükte göstermiş, saç örgülerini eşit dağıtmış, kollara ve bacaklara eşit doğruluğu vermiştir (Eco, 2006:73-74). Antik Yunan sanatçılarının kadın bedeninde oran ve düzen arayışında, sadece güzellik ideallerini amaçladığını söylemek tartışmalıdır. Önceleri Paleolitik dönemin “ana tanrıça” kültü (tapınımı) izlerinin görüldüğü Yunan sanatında cinselliğin kullanımı, zamanla azımsanmayacak ölçüde değişime uğramıştır. Bu değişime aracı olan matematiksel kuramlarca bedenin yalnızca fiziksel görünüşü düzene sokulmamış, ahlaksal değerlerin gösterildiği bir sembole dönüştüğü de düşünülür.

Çıplaklığıyla tanınan Yunan sanatı, içinde çelişkiler barındıran ve Batının referans aldığı ilk kültürdür. Yunan sanatı bir beden tapınımını çağrıştırmasına rağmen, eski toplumların kadın heykellerinde dolgunca oyulmuş genital bölgeler, kimi heykellerde giysi kıvrımlarıyla örtülmüştür. Yunan yasalarınca desteklenen kadının kamusal yaşamın dışında tutulması örneğinden yola çıkılacak olunursa; kimi feminist sosyologlar tarafından bu çelişki, ana tanrıça kültürünün terk edilip, ataerkil düzene geçişle açıklanmıştır. Bu dönemde “çıplaklık”, erkeğe özgü ve içinde pek çok anlam barındıran “ideal erkek” heykelleriyle de

simgeleştirilmiştir. Erkeklerin çıplaklığa kadınlardan daha yakın olmaları, onların retorik güçlerini ortaya çıkaran “yaşam enerjisini” dışarıya vuran bir beden ısısı kuramınca desteklenmiştir. Kuram, beden ısısının yaşam enerjisi olarak algılandığı Antik Yunanda, kadın vücudunun ısısının erkeğe göre düşük olması sebebiyle, biyolojik sıralamada kadınların erkeklerden aşağıda görülmesiyle açıklanır (Yıldırım, 2008:26-36). Bu bilgi kadının, tek tanrılı dinlerden önce, toplumsal konumundaki ikincil kurulumunun Yunan sanatıyla hızlandığını doğrular niteliktedir.

“İdeal güzellik”in önceleri sadece kadın cinsinde aranmadığı ve matematiğe dayanan formülü olduğu görülmektedir. Kadın bedeninin heykeller ve resimler aracılığıyla idealize edilmesi ana soylu dönemden kalma bir pratik olabilir. Ne var ki burada kadına verilen değerin düşüşü söz konusudur. Kadının, ana tanrıça olarak yücelttiği dönemden kopuş, en belirgin olarak Antik Yunan’da izlenmektedir. Ancak bu dönemde güzellik anlayışı, tüketim çağında yaşanılanın aksine salt fiziksel görünüşü değil, anlamlı bir bütünlüğü de yansıtmaktadır. Yıldırım’a göre M.Ö. 4. yüzyılda ünlü heykeltıraş Polykleitos’un, bedeninin evrensel bir formülünü aradığı “kanon”unda bu ilkeyi görmek mümkündür. Çağdaşlarının çoğu gibi, sayıların insan formunun ve doğanın kavranışında, temel anlama aracı olduğuna inanan Polykleitos’a göre sayılar ve onların rasyonel dizileri, doğalarında ahlaki ve belki de sihirli güçler içerir. Bu güçleri anlatmak için kullanılan ilk kavram, “simetri”dir. Burada kullanılan simetri, tıp bilgini Gallen’in bahsettiği gibi parçaların bütüne, bütünün parçalarına uyumları sonucu ortaya çıkan matematiksel uyumun simetrisidir (Yıldırım, 2008:30-33). Bu kavram belki de kozmetik/estetik cerrahinin bedende ve yüzde bulunan asimetric bölgeleri, kusur olarak kabul edip, simetric bir forma dönüştürme çabasını anlaşılr kılmaktadır.

Polykleitos’un simetri düşüncesi *kalokagathia*¹³ kavramında da kendini bulur. Zaten “kanon”un amacı bu ölküye ulaşabilmektir. İyilik ancak yaşamdaki gibi, bütün parçaların birbirleri ve bütününde uyumuyla mümkündür. Yunan ölçölülüğünün sembolü ve nerdeyse tüm sanat tarihi boyunca insanın ideal gösteriminin temel birimlerini, kendi çatısı altında toplayacak kadar zamansız bir kavrama dönüşen kanon (Yıldırım, 2008:33), müzik ve edebiyat alanında sayıların insan formu üzerindeki etkilerini gösteren ve Yunancadan Batı dillerine geçen bir kavramdır. Etimolojik olarak Arapça “*kānūn*” (yasa) ve Yunanca “*kanōn*” (kilise yasası) köklerinden Türkçeye gelen kanon, Fransızcada

¹³ Yunanca *calos*/güzel ve *agathos*/iyi kelimelerinden oluşan *Kalokagathia*, güzellik ve iyilik durumunu bir araya getirir (Dedeler, 2012:6).

“*canon*” olarak okunmaktadır. Yapısı olmayan bir şeye sınırlar çizerek sayılar üzerinden biçim kazandırma anlamına gelen kanon, modül adı verilen bir ölçü biriminden yararlanılarak insan vücudunun oranlarını saptamaya yarayan bir sistemdir (Öğdül, 2010:8). Sanatçılar tarafından kullanılan “kanon ölçüleri”ne göre kadın bedeninin ideal oranları (erkeklerden farklı olarak) şu şekilde saptanmıştır:

- Kadının başı, erkeğinkinden daha küçüktür.
- Kadın omuzları, erkeğin omuzlarından daha dardır.
- Göğüsler daha aşağıda, meme uçları da erkeğe göre biraz daha aşağıdadır.
- Kadın beli erkek belinden daha incedir.
- Göbek deliği daha aşağıdadır.
- Kalçalar nispeten daha büyüktür.
- Çene ile meme ucu mesafesi bir baş yüksekliği kadardır (MEGEP, 2008:5).

Kanon ve simetriyi kozmetik/estetik cerrahiden önce sanatçıların kullanmış olması sebebiyle, bugün cerrahların kadın bedenine bir heykel gibi biçim verme isteği bize, bu sanatçılardan etkilenmiş olmalarını düşündürmektedir. Zaten çoğu cerrah böyle bir anlayışı dile getirmekte, kadınları güzelleştirme isteğinde matematiksel ölçüleri ön plana çıkarmaktadırlar. Bugün estetik cerrahların çoğunluğu ilginçtir ki erkektir.

Özellikle erkek sanatçıların gözüyle yapılanan, sayılarla kuramsallaşan ideal güzellik anlayışında ilk olarak Praksiteles, Yunan mitolojisinde güzellik sembolü olan tanrıça “Afrodit”¹⁴ den esinlenerek, bedene “S formunu” veren ideal bir “kadın bedeni” yaratır. M.Ö. 4. yüzyılda Praksiteles’in çıplak kadın heykeli Knidos’lu Afrodit (Görsel 2.1) ile heykel tepeden tırnağa oran, yapı, poz ve ifade bakımından “ideal” oranlarda tasarlanır, böylece Pisagorcu düşünce akımıyla başlayan ideal beden kavramı Polikleitos ve Praksiteles’la somutlayarak Ortaçağ düşüncesine ulaşır (Öğdül, 2010:8). Tüketim çağında güzellik söylemelerinin de etkisiyle metalaşan/nesneleşen kadın bedeni için belirlenen ideal tanımlar görüldüğü gibi yüzlerce yıl önce kuramsallaştırılmıştır.

¹⁴ Roma mitolojisinde “Venüs” olarak geçen güzel kadın.



Görsel 2.1: Praksiteles'in Datça ya da Antik adıyla Knidos'ta ünlenen ve tarihteki ilk çıplak tanrıça heykeli, "Knidos'lu Afrodite". (Erişim: <http://www.arkeolojidunyasi.com>, 2010).

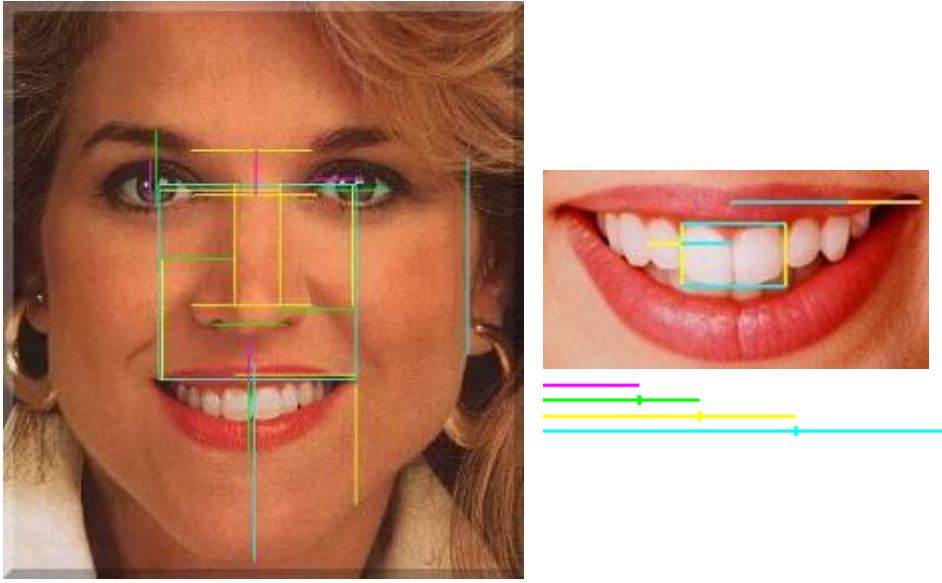
"İdeal güzellik" denilen kavramın nasıl var olduğunu ve hangi ölçülerle ifade edildiğini anlamaya yardımcı olan bir diğer kuram "altın oran"dır. Güzellik ölçüsü olarak adlandırılan altın oran, Platon ve benzeri düşünürlerin diğer canlı varlıklarda olduğu gibi, insan yapısında ilahi ve mistik bir ölçü olduğu sezgisiyle birlikte gelişmiştir (Ergenekon, 2002:12). Peki, altın oran nedir ve kusursuz güzellik arayışının oluşumunda bir ilgisi var mıdır?

Altın oran, insan bedeninde olduğu gibi canlı (organik) yapılarda¹⁵, salyangozun kabuğunda, arı kovanında, kar taneleri dokusunda, ay çekirdeğinde de gözlemlenmektedir. İtalyan matematikçisi Leonardo Fibonacci'nin (1202) adını verdiği ve 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, ...=> ∞ (sonsuz)'dan oluşan sayısı dizisine göre, dizideki her sayı kendinden önce gelen iki sayının toplamına eşittir ve her sayının bir öncekine oranı¹⁶ Fibonacci (f veya Φ) altın oran olarak bilinir (Güvenç, Bilim Teknik Dergisi, t.y). Formüle göre salyangozun kabuğu bir düzleme aktarıldığında, bu düzlem bir dikdörtgen oluşturmakta ve bu dikdörtgenin boyunun enine oranı altın oranı vermektedir. İnsan vücudunda bulunan altın oranlar şu şekildedir:

¹⁵ Örnek olarak Mısır Piramit'lerinde.

¹⁶ $3/2:1.5$, $5/3:1.66$, $8/5:1.6$, $13/8:1.62...$

- Burun genişliği ile ağız genişliği arasındaki oran altındır.
- İnsan yüzünün oturduğu dikdörtgen kenarlarının birbirine ya da başka bir tanımla yüz yüksekliğinin (a) yüzün enine (b) oranı altındır ($a/b = \Phi$).
- Göbek deliğinin yeri, bedeni birbirine oranı altın olan iki parçaya ayırır (a:boy, b:göbek deliğinden aşağısı, $a/b = \Phi$).
- Memenin tabanı ile yüksekliği arasındaki oran altındır.
- Parmakların üst boğumunun alt boğumuna ya da parmağın tamamının üst boğuma oranı altındır, vb... (Karacalar, 2010)



Görsel 2.2: Her uzun çizginin kısa çizgiye oranı (1.61) altın orana denktir. Örneğin üst çenedeki ön iki dişin enlerinin toplamının boylarına oranı altın oranı verir. İlk dişin genişliğinin merkezden ikinci dişe oranı da altın orana dayanır (Erişim: <http://www.populerbilgi.com/genel/altin:oran.php>, 2008).

Estetik güzelliğin matematiği olarak yorumlanan altın oran, doğanın ve insan bedeninin kusursuz ölçülerinden esinlenen Rönesans ve Modern dönemin pek çok düşünürü ve sanatçısı tarafından kullanılmıştır. İdeal güzellik kavramının oluşumunda doğaya duyulan hayranlığın sonucu oluşturulan kusursuzluk idealinin, sanatçılar tarafından yapıtlarına formülize edildiği görülmektedir. Ortaçağ'da bedenin ve ruhun Tanrısal güzelliği yansıttığını belirten ve bunları sayılara dayandıran matematiksel incelemeler doruk noktasını Rönesans döneminde yaşamıştır (Eco, 2006:80-87). Heykelden, resim sanatına geçişte, ideal güzelliğe yine tanrısal kusursuzluk anlayışı eklenecektir.

Hristiyan inanç ve uygulamalarının baskın olduğu Ortaçağ'da, kadın bedeninin çıplak resmedilişinin uyandırdığı hayranlık ile günahkâr ilan edilmesi bir çelişkiyi ortaya

koymaktadır. Nasıl ve hangi şartlar altında böyle bir ikilik ortaya çıkmıştır? Ortaçağ'da egemen sınıfın sivil topluma kendi ahlakı, gelenekleri, dinsel ve politik pratikleri doğrultusunda yönlendirmesi, Gramsci'nin hegemonya kavramıyla da açıklanabilmektedir ki, hegemonya bireye ve devlete aracılık eden özel kurumlar ile sivil toplumun içinde yaratılır (Swingewood, [1991] 1998:247). Bu bağlamda Ortaçağ'da dini kurumlar aracılığıyla, Hristiyan toplumunu birleştirme ve yönlendirme amacıyla kolektif iradeyi örgütleyen bir dünya görüşü egemen konuma geçmektedir. Gramsci'nin tam da kapitalizm içinde, tâbi grupların kendi çıkarlarını ifade eden, kendi dünya görüşünü inşa etmelerini sağlayan kurumların, kendinden rızaya dayalı egemenliğini anlatmaya çalıştığı hegemonya kavramı, “modern güzellik” çözülmesinde de yer bulmaktadır. Kısacası hegemonik iktidarın cinselliği, soya bağlı bir üreme düzenine sokmak istemesinde din kurumlarının işlevinin incelenmesi, ataerkinin farklı toplumsal yapılara eklenerek kadınların toplumsal rolleri üzerindeki etkisini anlamaya da yardımcı olacaktır.

2.1.3. Düalistik Güzellik

Güzellik, sayılar, oranlar ve ona atfedilen doğaüstü anlamlarla bir yandan kusursuzlaştırılırken, diğer yandan da insana özgü kusurları gösteren “düalistik” (iki değerli) bir kavram olarak belirlemektedir. Güzellik, onu algılayış biçimimizdeki bileşenlerle incelendiğinde kültürel yapıların varlığını yadsımak olanaksızdır. Özellikle Ortaçağdaki resim ve heykellerde, inanç kurumlarının ve iktidar ilişkilerinin etkileri görülebilir. Beden, ideal formlarda sanat eserleriyle tasvir edilirken, günah ve arzuların sembolü olarak vazgeçilmesi zorunlu bir alanı da temsil etmeye başlamıştır.

Hristiyanlığın yayılmasıyla birlikte, öteki dünya için yaşama inancının egemen olduğu çağlarda, kilisenin baskısı sonucunda sanat eserlerinde bedenin çıplaklığı ve cinsellik yasaklanmıştır (Yılmaz, 2006:22-23). Keza kilise, elitist dini felsefi bilginin örnek olarak esas alındığı dini bir kurum olarak yorumlanmaktadır (Macit, 2006:500). Bu noktada Gramsci, dinsel ya da felsefi sistemlerin, çoğunluğun düşünce ve davranış biçimlerini doğrudan etkilemediğini, kitlelerin egemen sınıflar tarafından kullanılan baskıya ve dışarıdan bir kuvvet olarak tanımladığı hegemonyaya bağlılığı sonucu etkilendiğini ifade eder (Gramsci, 1971:419-420). Bu dönemde cinselliğe dair söylemlerin de yine egemen iktidar olan kilise ve otoriteler tarafından yayıldığı, cinsel tutuma ilişkin etik kaygıyı yaratan hegemonyanın ve üremeyi merkez alan yeni söylemlerin yaratıldığı dile getirilmektedir. Foucault'ya göre cinselliğin söyleme geçirilmesi tasarısı çileci ve

manastırlara özgü bir gelenek çerçevesinde oluşmuş; bugünkü “modern” cinselliğin tarihi Hristiyan öğretileriyle biçimlenmeye başlamıştır (Foucault, [1996] 2007:23-24).

Dönemin yeni kadın imgesi, (günahkâr) “Lanetli Havva” ananın yerini alan “Meryem Ana”dır. Böylelikle Hristiyanlık, kadın idealinin yeni mitini yazmış olur. El değmeden çocuk doğurarak dine hizmet etmiş bakire Meryem’in ününün, Hristiyan kadınlarını etkilediği düşünülmüştür. Öyle ki bu algının sonraki yıllarda da değişmezliğine bir vurgu yapan Fatmagül Berktaş, “insan ıstırapının kaynağı, baştan çıkarıcı lanetli Havva” imgesinin ve rolünün değiştirilebilmesi için dinsel dogmanın yeniden gözden geçirilmesi talebinde bulunulduğunu, Hristiyanlığın doğuşundan itibaren Kutsal Kitap eleştirisi yapıldığını, ancak bunların var olan ataerkil paradigmayı değiştirmedeği gibi, kadınların düşüncelerinin feminist bir doğrultuda gelişmesini de pek teşvik etmediğini aktarmaktadır. Ancak yine de kadınların, 1500 yıllık gelenek içinde, kendi durumlarının doğal değil, toplumsal olarak belirlenmiş olduğunu kavrayabildiklerini ifade etmektedir (Berktaş, 2004:4).

Eski Ahit’in (Tevrat) çoğu bölümlerinde, soyun çoğalmasıyla görevlendirilen ve erkeğin hizmetine tâbi olan kadının güzelliği üremeye bağlanmıştır. Metinlerde kadınların şeytanla işbirliğine varıncaya kadar lanetli bir cins olarak görülmesine rağmen, baş döndüren bir güzellikte olan kadına kayıtsız kalınmadığının ispatı niteliğindeki cümlelere de rastlanmaktadır. Kitabın (1949) içinde, Tevrat uzmanları tarafından tartışılan, açık saçık şiirlerin bulunduğu “Süleyman’ın Şarkıları” denilen bölümde nerdeyse kusursuz sayılabilecek nitelikte bir “ideal kadın” tarif edilmektedir:

NEŞİDELERİN NEŞİDESİ, BAP 7: Çarıklar içinde ayağın ne güzel, ey emir kızı! 2: Toplu kalçaların sanki mücevherler, usta ellerin işi. 3: Göbeğin yusuvarlak bir tas, onda karışık şarap eksik değil; karnın buğday yığını, zambaklarla kuşanmış. 3: İki memen sanki bir çift geyik yavrusu, ikiz ceylan yavrusu. 4: Fildişi kulesi gibidir boynun senin, Bat-Rabbim kapısı yanındaki Heşbon havuzlarıdır gözlerin, Şam’a doğru bakan Lübnan kulesi gibidir burnun senin. 5: Başın, senin üzerine Karmel Dağı gibi, başının saçı erguvani, kral senin kâküllerine esir olsun. 6: Zevkler içinde ey sevgilim, sen güzelsin, ve ne şirinsin. 7: Bu senin boynun hurma ağacına, memelerin de salkımlara benziyor.

TEKVİN, BAP 6: Ve vaki (zaman) oldu ki, toprağın yüzü üzerinde adamlar çoğalmaya başladı, ve onların kızları doğduğu zaman, 2: Allah oğulları, adam kızlarının güzel olduklarını gördüler, ve bütün seçtiklerinden kendilerine karılar aldılar (s.5).

TEKVİN, BAP 19, 8: [Lut peygamber, evinde sakladığı konuklarını soranlara] İşte benim erkek yüzü görmemiş iki kızım var, rica ederim,

onları size çıkarayım, ve onlara gözünüzde iyi olana [güzel?] göre yapın; ancak bu adamlara bir şey yapmayın; mademki çatımın gölgesine geldiler (s.16).

TEKVİN, BAP 30, 20: Ve Lea dedi: “Tanrı bana iyi bir armağan verdi, şimdi kocam benimle oturacaktır; çünkü ona altı oğul doğurdum (...)” 22: Ve Tanrı Rahel’i hatırlayıp onu işitti, ve onun rahmini açtı. 23: Ve hamile kaldı ve bir oğlan doğurdu, ve dedi: “Tanrı utancımı kaldırdı”.

Hristiyanlık, kadının sonradan yaratılmışlığı geleneğini kurumsallaştırmakla birlikte, kadının “ağırbaşlı, sevgi dolu ve imanla durması ve çocuk doğurması” şartıyla kurtuluşunu da müjdeler. Hristiyanlığın kadına bakış açısı, denilebilir ki, İsa peygamberin soyut insan severliğiyle bu dini kurumsallaştıran Aziz Pavlus’un soyut yaptırımları arasında ikircikli bir konumla belirlenmiştir (Özbudun, 2000:39). Aynı “düalite” (ikilik) sanat eserlerine de yansımıştır. İncil’de (*The New King James Version* -2004) kadınları ilgilendiren bazı bölümler şöyledir:

(...) Erkek başını örtmemelidir. Çünkü erkek tanrının benzerinde olup Tanrı’nın yüceliğini yansıtır. Kadın ise erkeğin yüceliğini yansıtır. Çünkü erkek kadından değil, kadın erkekten yaratıldı. Erkek kadın için değil; kadın erkek için yaratıldı. Bu nedenle ve melekler uğruna kadın, bir yetki işareti olarak başını örtmelidir (1.Korintlilere 12, Baş Örtme Konusu: s.188).

Ey kadınlar, aynı şekilde (Rabbe bağımlı) siz de kocalarınıza bağımlı olun. Öyle ki, bazıları tanrı sözüne inanmasa bile, Tanrı korkusuna dayanan temiz yaşayışınızı görerek kendilerine hiçbir söz söylemeden siz kadınların yaşayışıyla kazanılsınlar. Süsünüz, örgülü saçlar, altın takılar ve güzel giysiler gibi, dıştan olmasın. Gizli olan iç varlığınız, sakın ve yumuşak bir ruhun solmayan güzelliğiyle sizin süsünüz olsun. Bu Tanrı’nın gözünde çok değerlidir. Çünkü geçmişte ümidi Tanrı’ya bağlamış olan kutsal kadınlar da kocalarına bağımlı olarak böyle süslenirlerdi. Nitekim Sara, İbrahim’i “Efendim” diye çağırarak sözünü dinledi. (...) Ey kocalar, aynı şekilde siz de daha zayıf varlıklar olan karılarınızla anlayış içinde yaşayın. Tanrı’nın lütfettiği yaşamın ortak mirasçıları oldukları için onlara saygı gösterin. Öyle ki dualarınıza bir engel çıkmasın (I.Petrus 3, 4, Karı-Koca İlişkileri: s.265-266).

Metinlerde kadının “zayıf varlık” olarak ikincilleştirilen konumu açıkça okunurken, bunun toplumsal yaşamda izdüşümü de gecikmemiştir. Dinsel kültürün, ataerkil toplumsal cinsiyet kalıplarının üretimindeki önemini vurgulayan Fatmagül Berktaş (2004), bu kalıpların içine sıkışan her iki cins içinde kadınları, cinsiyet karşıtlığının aşağı kutbunda tanımlamaktadır. Ataerkil toplumsal cinsiyet kalıplarının, kutsallık halesiyle çevrelenerek değişmezlik kazandırılmasıyla, kadın ve erkeklerin özgün bireyselliklerinin yok edildiğini, onları tek bir kategoriye indirgeyen ve bu kategorik tanımın cenderesine

hapseden bir nitelik aldığına değinir. Kadın, doğa ve bedenle özdeşleştirilerek erkeğe göre daha aşağı ve ikincil sayılmış, bir nevi eksik insan gibi yüzyıllar boyunca kendilerine ve başkalarına, eksiksiz insanlığa ulaşabilme ve uygarlık yaratma yetisine sahip olduğunu kanıtlayabilmek amacıyla çırpınıp durmaktadır (Berktaş, 2004:3).

Berktaş'ın belirttiği kategorik tanımlar, Lanetli Havva ya da Bakire Meryem mitleri, kadının cinsel kimliğinin oluşmasında Butler'ın kullandığı performativite kuramını hatırlatmaktadır. Bedenin kendisini bir inşa olarak gören Butler, toplumsal cinsiyete yönelik söylemsel analizin sınırlarını hegemonik bir kültür içinde tahayyül ederken, toplumsal cinsiyeti de o dile içkin bir kavram olarak tartışmaktadır. Yani toplumsal cinsiyeti, edinimlerin stilize tekrarı olarak dış mekânda tesis edilen bir kimlik olarak tasavvur eder. Hristiyan ve Kartezyen inancına da değinen Butler, zihin-beden ikiliğinde bedenin, süreduran, cismani bir boşluğu imleyen bir madde, düşmüşlük hali, günah; cehennemin ve ebedi dişillğin ön uyarısı niteliğinde eğretilmeler bütünü olarak tanımlanmasını sorunlu bulur (Butler, 2008:215). Bu ikilik daha sonra doğa-kültür, kadın-erkek ikiliklerinin öncülü olarak erkek/zihin/kültür-kadın/beden/doğa karşıtlığında yerini bulacaktır.

Alain Corbin'e göre "Karanlık Çağ" olarak da adlandırılan Ortaçağ dönemini anlatan resim sanatında da, kadın güzelliği düalist bir kavram olarak, doğaüstü kusursuzluk ve insana özgü kusurluluk (ölümle çürüyen beden) inancı arasında değişen bir skalada konumlandırılmıştır. Antik Yunan'da sayısal oranlarla belirlenen güzellik, Ortaçağ'da, mükemmelliğe ve ölümsüzlüğe ulaşmak amacıyla ya bir araç olarak ya da lanetlenen bir arzu mekanizmasını tetikleyen "kadın bedeni" şeklinde resmedilmiştir. Yazara göre bu dönemde birçok eserde Hz. İsa'nın çile çeken bedeni, günahkârları kurtarmak amacıyla dinsel bir imgeye dönüşür. Corbin, Charles Le Brun'un çizdiği "Tövbe Eden Meryem" tablosunu, günahkâr kadının hayatındaki kırılma noktası olarak gözler önüne serer (Görsel 2.3). Bu çağda pek çok rahibenin, Mesih'in acılarını paylaşmak uğruna "büyük perhiz"e girmek, külle karışık küflenmiş ekmekten başka bir şey yememek, içinde bir azizin kemiklerinin bekletildiği şaraptan içmek, at kılından gömlekler giymek, *stigmata* ya da "kutsal anoroksiya"ya tutulmak gibi yöntemlerle bedenini cezalandırdığını aktarır. Çünkü kısmi, dönemsel veya daimi her türlü perhiz uygulamaları, bedene hükmetme yoluyla Tanrı'ya yaklaşma çabası olarak yorumlanmaktadır (Corbin, 2005:40-53). Anoroksiya olgusu ne tesadüftür ki tüketim çağında yeniden ortaya çıkacak ve bazı kadınlar tarafından

bir güzellik modası olarak iselleştirilecektir. Toplumun kadına, kadının da kendisine verdiği bu düalist değer, güzelliğin kendi içinde çelişkisini ortaya koymaktadır.



Görsel 2.3: Charles le Brun, “Tövbe Eden Meryem” (*The Penitent Maria*) c.1652, Louvre Müzesi (Resim <http://www.catholictradition.org/Magdalen/magdalen.htm>, 2010).

İsa’nın çileli ölümünün ardından, pek çok rahibeye kutsal yol kapısı açılır. Bedeninden vazgeçen, ölümü düşleyen kadınların sayısı artar. Hıristiyanlık kadınlara, var olan rol kalıpları dışında bazı olanaklar getirdiyse de, Hıristiyanlığın bekrete ve cinsellikten kaçınmaya verdiği değer, bedeni ve cinselliği olumsuzlayan klasik ahlakı onaylamakla kalmadığı, pekişmesine hizmet ettiği düşünmektedir (Berktaş, [1996] 2000:105). Feministler tarafından hazza kesinlikle karşı olan ve üreme amaçlı olması dışında cinsel etkinliği günah sayan Katolikliğin, bekreti bir Tanrı emrine dönüştürmesi şaşırtıcı bulunmaz (Mernissi, 2004:100). İncil’de (2004) kuraldışı bir cinsellik adeta olmusuzlanmakta, kadınlara özgürce cinsel birleşme yerine ya bakire kalmaları ya da evlenmeleri önerilmektedir:

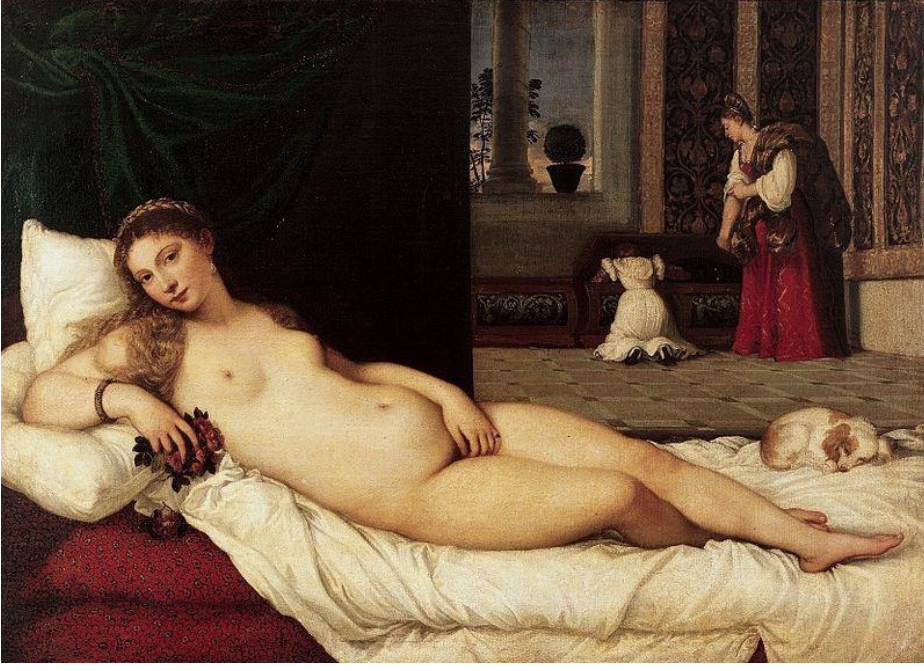
Bedenlerinizin Mesih’in yeleri olduğunu bilmiyor musunuz? Mesih’in üyelerini alıp bir fahişenin yeleri mi yapayım? Asla! Fahişeyle birleşenin, onunla tek bir beden olduğunu bilmiyor musunuz? (...) Oysa Rab’le birleşen kişi, O’nunla tek bir ruh olur. Cinsel ahlaksızlıktan kaın. İnsanın işlediği tüm diğer günahlar bedenin dışındadır, ama cinsel ahlaksızlıkta bulunan, kendi bedenine

karşı günah işler (1. Korintlilere 6,7, Cinsel Ahlaksızlıktan Kaçınin: s.184).

(...)Yine de evlenmemiş olanlara ve dul kadınlara şunu söyleyeyim, benim gibi kalsalar onlar için iyi olur. Ama kendilerini denetleyemiyorlarsa evlenseler iyi olur. Çünkü şehvetle yanmaktansa evlenmek daha iyidir (1. Korintlilere 6, 7, Evlilik Konusu: s.184).

Karanlık çağın ve dinsel buyrukların ardından Rönesans’la birlikte ölçü ve yapıda yeniden gündeme gelen güzellik anlayışı, erdemlerin simgesi olarak resmedilmeye başlanmıştır. Rönesans; Haçlı Seferlerinin etkisiyle, Bizans ve İslam ülkelerinin kent yaşamını gören Avrupalılar için dalga dalga gelişen düşünce, edebiyat, mimari ve görsel sanatlar çağı olarak tanınmaktadır (Yılmaz, 2006:17) XV. yüzyılın sonunda Vitruvius, kitabında genel olarak bütün Avrupa kültürünü olağanüstü derecede etkileyerek beden mükemmel halini, çember ve kare gibi kusursuz geometrik şekiller içine oturtabileceğini kanıtlamıştır (Corbin, 2008:339). Ne var ki bu çağ güzellik anlayışında, oransal bozulmalar ve insan kusurlarını gösteren çalışmaları da yansıtmaktadır. İnsan bedeninin gerçek halinin resmedilmeye başlandığı çalışmalar görülmekle birlikte kadınlar, çıplak olarak resmedilmeye devam edecektir. Bu bilgiler ışığında kadına verilen güzellik onuru ile cinsel nesne konumu, güzelliğin düalist anlamını sağlamlaştırdığı şeklinde yorumlanabilir.

Bu çağda resimlere konu olan kadınlar gerçekte nasıl görünüyordı? Umberto Eco *Güzelliğin Tarihi* kitabında (2006) Rönesans’ta, kozmetik ürünler kullanan ve saçına özel bir önem veren -genelde kıvılcı çalan bir sarıya boyayan- kadınlardan söz eder. Beden hatlarını daha da belirginleştirmek için, uyum, oran ve süsleme kanonlarına (kurallarına) uygun olarak üretilmiş mücevherler kullanır. Eco, Rönesans’ı “Saraya özgü moda eğilimleri yaratan ve gösteriş zevkine uyan; ama bu arada kişiliklerini geliştirmeyi unutmayan kadınlar için bir tür girişimler ve uygulamalar çağı” cümlesiyle özetler. Ancak bu çağda bazı ressamın eserlerinde oran ve simetri kurallarında bozulmalar görüldüğünü de ilave eder. Güzellik üzerineyse, modern resimdeki özgürlüğün bir habercisi olarak, biçimsel bazı kusurlarla yansıtıldığı yorumunu yapar (Eco, 2006:196-205). İdeal kadın imgesinin orandan uzaklaşarak, erkeğin bakışına göre cinsel içerikli kurgulanmasına belki de en iyi örnek çıplak kadın resimleridir. Hem gündelik yaşamı içine alan bir biçimde yapılması, hem de davetkâr bir cinsellik sunumu açısından Tiziano Vecellio’nun Urbino Venüs’ü tablosunun, çağın “ideal kadın”ını temsil ettiği söylenebilir (Görsel 2.4).



Görsel 2.4: Tiziano Vecellio, Urbino Venüs'ü, 1538, Floransa, Ufizzi Galerisi (Eco, 2006:189).

Kapitalist tüketim ekonomisinin hâkim olduğu günümüz toplumlarında, tüketim nesnesi olarak da kullanılan kadınların, dış görünüşe bu kadar odaklanmasında ataerkil ideolojilerin etkilerinin ne kadar eskiye dayandığı, bu tabloda olduğu gibi, birçok sanat eserinde de görülebilmektedir. Kadın neredeyse sanatçısı sadece erkek olan sanat eserlerinde, sanatçının zihninde canlanan imgeye göre belirlenmektedir. Bu imge ise çoğunlukla cinsellik merkezli olabilmektedir.

Cinselliğin ölçüsünün giderek artacağı, ama bir yandan da ideal güzelliğin içine akıl değerlerinden yoksun, bir erkeğe kendini adayabilen, evde seksi, dışarda korunaklı bir kadın kimliğinin, resim ve fotoğraf çözümlemesi John Berger tarafından da yapılmıştır. *Görme Biçimleri* (2009) kitabında yağlıboya resim geleneğinin bir dalında yinelenip duran çıplak kadın resimlerini irdemiştir. Bu tür resimlerde kadınların, “seyirlik nesneler” olarak görülüp değerlendirilmesinde geçerli ölçü ve töreleri inceleyen Berger, erkeklerin mülkiyetinde konuşlandırılmış bir alanda olması sebebiyle kadınların kişiliğinin, “gözleyen ve gözlenen” şeklinde ikiye bölündüğünü ifade etmektedir. Hiç durmadan kendisini seyretmek zorunda olan ve her zaman kendi imgesiyle birlikte dolaşan kadının, bir nesneye -özellikle görsel bir nesneye- seyirlik bir şeye dönüştüğünü şu şekilde yorumlar:

Resim geleneği dünyasal konulara yönelmeye başlayınca başka konularda da çıplak kadın resmi yapma olanağı belirir. Çıplak kadın resmi yapılır; çünkü çıplak kadına bakmaktan zevk duyulur.

Kadının eline bir ayna verilir, çünkü ayna, kadının kendisini seyirlik bir nesne olarak gördüğünü anlatmak için kullanılır.

Avrupa geleneğinde çıplak kadın resminin erkekler için yapıldığını gösteren bir başka kanıt, kadının bedenindeki kılların genellikle resme geçirilmemesidir. Kıl, cinsel güç ve tutkuyla ilişkilendirilmesinden dolayı, resme geçirilmez. Kadının cinsel tutkusunun az gösterilmesi sayesinde, seyirci bu tutkuyu tekelinde hisseder. Kısacası kadınlar resimde bir açlığı gidermek için bulunur; kendi açlığını doyumak için değil. Resimde bir erkek sevgili olsa dahi, kadının ilgisi ona yönelik değildir. Sevişen bir çifti gösteren tablolar da bile esas (cinsel) kahraman, resme bakan seyircidir (Berger, 2009:45-51).

Ancak Rönesans Dönemi'nde sadece çıplak kadın resimlerinin yapıldığı ve kadınların ideal güzellikte resmedildiği söylenemez. Corbin'in aktarımıyla, İtalyan heykeltıraş, edebiyatçı ve ressamlarından Leonardo da Vinci'nin insan bedeninin gerçeğe en yakın oranlarını gösteren eskiziyle birlikte güzellik, metafizik boyuttan uzaklaşır ve oran kavramı geometrik şekiller içinde estetik bir gerçeklik kazanır. Dönemin diğer deha sanatçısı ve Artistik Anatomi'nin öncüsü sayılan Albert Dürer de tıpkı Leonardo gibi ideal bir görünüş aramak yerine, bedenlerin doğal çeşitliliğini gösteren çalışmalar yapar. Dürer, (Tanrının kusursuz bir yansıması olan) ideal bir güzellik önermek yerine; güzelliği, güzel yüzün temel oranlarının belirlendiği geometrik zeminde bilinçli çeşitlemeler yaparak bozar (Corbin, 2008:343). Aynı dönemin sanatçılarından Michelangelo ve Raffaello da beden figürleriyle boyutlarını gösteren değerli eserler vermiş olsalar da denilebilir ki kilisenin sanat üzerindeki baskısının görece azaldığı; ancak Hristiyanlık geleneğinin süregeldiği Rönesans'ta ikircikli bir sorun olarak yaşanmaya devam etmiştir.

Görüldüğü üzere yüzyılların birikimiyle eşzamanlı olarak değişen güzellik kavramı, doğanın, dini inançların, sosyal yapının ve insan duygularının etkisiyle sürekli anlam ve biçim değiştirmektedir. Antik Yunan filozoflarından modern çağlara gelinceye kadar, “güzellik nedir?” sorusunun kuramsal boyuttaki değerlendirmesinde ruh-beden, doğa-insan, kadın-erkek, maddi-manevi, güzel-çirkin, din-dünya gibi düaliteler dikkat çekmiştir. Heykel ve resimler üzerinden yapılan bir güzellik çözümlemesinde, kadınlar, üremeye hizmet eden cinsel bir nesne olarak izlenmiş, toplumsal sınırlarının belirlenmesinde ise dinsel söylemler etkili olmuştur. Egemen iktidarın kuralları ve yasaklarının dışına çıkan kadınlar için cadıcılık söylemlerinin izleri günümüze kadar uzanmaktadır. Buraya kadar yapılan çözümlemede güzelliğin her dönemde ve her topluluk için açık bir tanımı yapılmasının zorluğu karşısında, kavram kendi içinde karmaşık bir yapı sergilemiş; bu karmaşık yapı güzelliğin, politik ve kültürel öğelerle birlikte incelenmesini

zorlaştırmıştır. Sanat tarihçilerinin resim sanatında çıplak kadın figürünün, modellik mesleğinde olduğu gibi, erkek bakışına hizmet ettiğinin tespiti, baştan çıkarma ve narsistik duyguların da habercisi niteliğindedir. Antik çağlardaki heykellerin ve Rönesans'taki resimlerin incelenmesi, modern çağlarda kadın bedeninin nesneleştirilip, cinselleştirilmesi sorununun birdenbire gerçekleşmediğini göstermektedir.

2.1.4. Modern Güzellik

“Modern güzellik” kavramını anlayabilmek açısından, öncelikle toplumsal bir değişimin yaşandığı dönemsel koşulları incelemek faydalı olacaktır. 18. yy'da Aydınlanma Çağı, 1789 Fransız Devrimi, Sanayi Devrimi ve Dünya Savaşları modern çağ(lar)ın güzellik anlayışı üzerinde etkili olmuştur. Fransız Devrimi, kadın imajına yönelik özgürlükçü temellerin atılması bağlamında anlamlıdır. *Kadınlar Tarihi* (2005) adlı eserlerinde Dunny ve Perrot bu imaja bir örnek olarak 1790'lı yıllarda Amerika'da Judith Sargent tarafından gazetelerde ilan edilen, yepyeni bir kadın imajı olan “Penelope”u gösterirler. Penelope, kişiliğini gelecekteki bir kocaya uydurmayan, yumuşak bir yatağa uzanıp Beyaz Atlı Prens'i düşlemek ve koca adayını “baştan çıkarma sanatı”nı öğrenmek yerine, güneşle birlikte kalkıp gününü zihinsel çalışmayla geçirmeyi tercih eden bir genç kadındır (Dunny & Perrot, 2005:34). Ancak zamanla kadınların, sanayileşmenin getirdiği işçi açığını kapatması nedeniyle oluşan bu yeni üretken kimliği, tüketiciliğe doğru kaydırılmıştır.

Fransız Devrimi, İnsan Hakları Bildirgesi'ni ortaya koyduğu zaman, Olympe de Gouge, kadınlara eşitlik, özgürlük ve kardeşlik hakkı tanınmasını ister (Unat, 1998:6). Aynı yıllarda tüm insanlığın ilerlemesini ve refahını, kadınların özgürlük derecesine bağlayan sosyalist Charles Fourieri, yaşananları şöyle özetlemiştir, “*Sorun, modernliğin güçlenmesinin kadınları kapsayıp kapsamayacağını belirleme*” sorunudur. Fransız Devrimi'nin ardından kadınlar ilke olarak topluma kabul edilmiş, fakat fiilen dışlanmışlardır ve kadınların kurtuluş tarihi bu çelişkiyle başlamıştır (Aktaran Dunny & Perrot, 2005:58).

Sanayi Devrimi'ni takip eden savaş yılları ve sonrasında, kadınlar, ailelerine bakmak amacıyla çalışma hayatına atılmışlardır. Ancak kadınların yaptığı işlerin toplumsal saygınlığı ve aldığı ücretler erkeklerinkine oranla daha düşüktür; ücret düzeylerini ve koşullarını düzeltmek ya da bunların gerilemesini önlemek için mücadele edecek istikrarlı örgütler 19. yüzyılın sonlarında kurulabilmiştir (Thompson, 1984:51). Victoria çağının

“süs bebeği” konseptinden, seksüel bir devrim niteliğindeki yeni kadın tipine geçebilmek için çok çaba harcanmıştır. Alexandra M. Kollontai, *Yeni Kadın (Die Neue Frau -1913)* adlı eserinde kendileriyle gurur duyan bekâr kadınları, evliyse doğum kontrolünü uygulayarak feminist bilince sahip bu yeni tip kadınları konu almıştır (Kadioğlu, 2001:346). Ne var ki tanımlı kadınlık ve toplumsal rollerinin eril hegemonya tarafından desteklendiği gerekçesiyle bu yeni kadın yine geleneksel motifler taşımaktadır. Daha önce de yer verilen Antonio Gramsci’nin, egemen grup(lar) tüm toplumda hegemonyasını uygulayabilmesi için devlet ya da meşru yönetim üzerinde doğrudan egemenliğini kurabilmekte olduğu (Gramsci, 1971:12; Aktaran Crehan 2006:150-151) ifadesi, kadınların üzerindeki hegemonyanın işleyişini de anlatmaktadır. Başka bir ifadeyle “yönetici sınıf ile yönetimin pratiklerine ve gücü oluşturan sabit ve potansiyel verilere dayanan hegemonya, gücü tanımlayan unsurları yerine getirme ve bunları kullanmakla gerçekleşir” (Macit, 2006:627). Bu süreç içinde egemen güç, kadına modernlik adı altında geleneksel rollerini de dayatmayı sürdürmektedir. Dolayısıyla kadını nesneleştiren eril hegemonya, modern kadın kurgusunda olduğu gibi güzelleşmenin ve özgürleşmenin yolunu tüketimle ilişkilendirmiştir.

Klasik dönem düşünürlerinin savunduğu ölümlü bedenlerin geçiciliği ve ruhsal değerlerin kalıcılığı söylemlerinden uzaklaştırılan modern dönemde güzelliği, haz (zevk) ilkesiyle açıklamak mümkündür. XX. yüzyılda tüketim (refah) ekonomisi içinde güzellik, ticari bir metaya dönüşmüş; nitelikten koparak nicel değerlerle özdeşleşir olmuştur. Eco’nun da belirttiği üzere, sahnede artık seri (toplu) üretilen bir güzellik vardır (Eco, 2006:378). Ataerkil sistem, egemen iktidar ya da eril hegemonya adı ne olursa olsun modern kadının, bir tüketim makinesi olarak algılandığı söylenebilir.

Modern toplumların, tüketim toplumuna dönüşmesinde şüphesiz endüstrileşme sürecinin yarattığı kapitalist ekonominin özel mülkiyet ve serbest piyasa kuralları rol oynamıştır. Batıda burjuva sınıfının yönetiminde rekabete dayalı kapitalist sistem, kâr amacıyla dünya pazarlarına ekonomik bir yöneliş ve farklı sektörler yaratmıştır. Küçük yerel toplulukların, bugünkü küresel boyutlara varan, daha büyük pazarların parçası olduğu; yani ulusların iktisadi ve siyasal bakımdan birbirlerine bağlı olduğu bir dünya anlamında “modern dünya sistemi” kurulmuştur (Kottak, 2008:342). Egemen iktidarın güç ve bilgiyi tekeline aldığı kapitalist sistemde, güzellik söylemleri de endüstriyel üretim olarak ele alınabilir.

Tartışmaya çok uluslu şirketlerin, devlet aygıtlarından biri haline gelen medya ile birlikte yarattığı/yaydığı moda akımlarından başlanabilir. Çünkü güzellik, sürekli değişen ve yakalanması zorunlu moda rüzgârına yelken açarak; giyim, kozmetik, *fitness* (sağlıklı ve formda olmak) merkezleri, güzellik ve estetik enstitüleri gibi hizmet sektörleriyle birlikte devinim kazanır. Bu noktada Louis Althusser modern kapitalist toplumlarda ideolojilerin giderek devlet organlarına dönüşen aygıtlarla üretildiğini ifade eder (Swingewood, [1991] 1998:362). Egemen sınıfın, devletin ideolojik aygıtları (İDA) aracılığıyla hegemonyasını gerçekleştirmesi sonucu egemen ideolojinin meydana geldiğini dile getiren Althusser, bu mücadele sonucunda egemenlik kuran sınıfın iktidarının kalıcı olacağını vurgulamaktadır (Althusser, 1994:75). Bu bağlamda ileri kapitalist toplumlarda medyanın, ideolojik aygıt işlevi görürken, toplumu bilinçlendirme görevi üstlenmesinden hareketle, özellikle kadınları güzellik ve modaya dair hâkim ideolojinin kalıbına sokabildiği ve Gramsci'nin deyişiyle kendinden rızaya dayalı bir boyun eğişi gerçekleştirdiği söylenebilir.

Modernleşmenin ilk yıllarında iş hayatına atılan kadın, cinsel kimliğiyle özdeşleşen güzellikten geçici olarak vazgeçer, ancak bu moda/eğilim uzun sürmez. Moda, çelişkiler ve kendini yinelemekle süredursun kapitalist pazar yavaş yavaş kadını, eskisinden daha güzel olmaya (!) zorlar. Bu bağlamda çağdaşlaşan toplumlarda, ortalama ömür beklentisinin 40'lardan 70 ve 80'lere yükselmesi, güzellik endüstrisini dönüşümlü olarak besler. Kadın, artık adeta her yaşta güzel ve beğenilir olmak zorundadır. Giyimi, görüntüsü ve kullandığı materyallerle ideal yaşam stilini yakalayamayan kadın, çağdışı kalmak tehdidiyle karşı karşıyadır. Güzel olmak yeterli değildir, çünkü hiyerarşik olarak modern kadın için bir dayatmaya dönüşen "kusursuzluk" ideali geri dönmüştür.

Çağdaş toplumlarda (güzelliğin tinsel anlamı ihmal edilerek tensel olarak tanımlanmakta), bedensel kusursuzluk ve güzelliğin temsili kadına düşmektedir (Kesim & Kar, 2010:179-183). Kadının güzel olmasını destekleyen erkek cephesindeki görüşler bir hayli fazladır. Buna örnek olarak Robert Browning: "*Eğer sade güzellikten başka bir şeyin yoksa Tanrı'nın yarattığı en iyi şeye sahipsin*"¹⁷ diye açıklar (Stevenson, 1946:130). Publilius Syrus da aynı görüşü destekler: "*Güzel bir yüz, sessiz bir referanstır*"¹⁸ (Oxford *Dictinoary of Quatation* ODQ, 2010). Bunun gibi pek çok güzellik söylemlerinin etkisi altında kadınların adeta, kendilerini güçlü hissedebilmeleri için güzelleşmekten başka

¹⁷ *If you get simple beauty and naughty else, you get about the best thing God invent.*

¹⁸ *A beautiful face is a mute recommendation.*

areleri kalmamaktadır (!). Burada bir parantez mak gerekirse ataerkil iktidar, kapitalist tüketim ekonomisi ve medya lnde güzellik endstirisinin yükselen kr da dnlmeye değerdir.

Modern güzelliği destekleyen görüşler olduğu gibi, onun geçiciliği ve göreceliği üzerine de ciddi eleştiriler yapılmıştır. Güzellik sevdasının geçiciliğini anlatan bir yorum John Donne tarafından, “*Güzellik zerine inşa edilen sevgi, çok geçmeden güzellik gibi ölür*”¹⁹ (ODQ, 2010) sözleriyle anlatılır. Güzelliğin geçici olduğunun bilinmesine karşın, güzellik kadın-erkek her iki cinsin de tutkuyla peşinden kotuğu bir hedef gibidir. Güzelliğe düşkün kadın ve erkekler için güzelliğin yararsız, gereksiz olduğunu John Ruskin şöyle betimler: “*Dünyada en güzel şeylerin, en yararsız olduğunu hatırla; tavuslar ve zambaklar rneğin*” (ODQ, 2010). Bu karşı söylemler insanları güzellik kışkırtmasından alıkoyamadığı gibi, bazı durumlarda kadınları bunalıma soktuğu, daha fazla tüketime yönlendirdiği de görülmektedir.

Güzelliğin kendisi gibi pek çok farklı tanımının olması onun yükselen bir değer olmasını engelleyememitir. Kapitalizmin kadını alıp satılacak bir “mal/meta” olarak görmesi, “diilik sergilenmesi”nin maddi/manevi getirisi ve popüler kültürde teşviki, ataerkil toplumun kadın bedeni üzerindeki yaptırımların temel nedeni olan “diiliği” güçlendirir (Bursalı, 2008:74). Kadınların çoğunun bu taleplere evet demesiyle adeta vitrinde satılık bir giysi gibi sergilenen güzellik, harmoniye dayanan bütüncül anlamından uzaklaşarak bedene giydirilen sanal bir kimliğe dnmtr. Böylesi politikalar, iktidarın yazılı kuralları şeklinde gelmez, çoğu zaman sessizce iselletirilirler. Bu yaptırımların kadınlar üzerindeki en yıkıcı etkisi ise kadın bedeninin tüketimidir.

Kusursuz güzellik gerçekte var mıdır? Güzellik-mkemmelik ilişkisine gerçekçi yaklaşan düşünürler de olmuştur. Francis Bacon 15. ve 16. yüzyılın “güzellik kavramı”na yapıcı bir yorum katmıştır: “*Oranda bazı garipliklere sahip olmayan hiçbir kusursuz güzellik yoktur*”²⁰ (Stevenson, 1946:128). Bacon ise güzelliğin tanımında fiziksel bir kusurun ya da asimetrinin çekiciliğini vurgular. Bu belki de, ırksal, tarihsel, çevresel ve kültürel çeşitliliği hesaba katmayan ve modern kadını streotipletiren modalara bir çeşit yanıttır.

¹⁹ *Love built on beauty, soon as beauty, dies*

²⁰ *There is no excellent beauty that hath not some strangeness in the proportion*

Neriman Mutlu Başakman'ın kusur (çirkin) konusunda yaptığı açıklama düşündürücüdür: “Çirkinlikte güzelliği görmeyen, ne bilsin, nasıl görsün güzel denen şeylerdeki çirkinliği” (Başakman, 1979; Aktaran Bozkurt Güvenç, [1980] 2002:200). Benzer bir görüş de Alain de Botton'un (2010) insanların yıllarca kusursuz görünme çabalarına yaptığı eleştiri ve kusurun cazibesine odaklandığı makalesinde bulunmaktadır. Botton, kusurları doğallık göstergesi olarak yorumlamaktadır. İdeolojik olarak herkesin onaylayacağı şeyler söylemiş olsa da, kusursuzluk anlayışının tüketimi beslediği gerçeğine değinmiştir. Bu gerçeği kozmetik/estetik cerrahinin ilk üç uygulaması içinde yer alan burun düzeltme ameliyatlarının her yıl artan oranda rakamları da doğrulamaktadır.

Karşımızdakinin bizi istemesinin nedeni, fiziksel ya da karakteristik özelliklerimiz değildir. Genelde sevgilinin sevmesinin gerçek nedeni, çenemizdeki küçük ben, 's'leri düzgün telaffuz edemeyişimiz, tezgâhtarla konuşurken ki utangaçlığımız ya da üzerinde fil çizimleri olan çirkin pijamalarımızdır.

Anna Karenina, Vronsky'ye âşık olurken, Tolstoy bize onun, Vronsky'nin hafif peltekliliğine düşkün olduğunu söylemeyi ihmal etmemiştir. [Çünkü] İnsanlar, hoşlandıkları kişilerle samimi olmak isterler ve samimi olmanın en iyi yollarından biri de kırılganlığı (kusuru) paylaşmaktır. Bu yüzden bazı kusurlar çekici geliyorsa bu incinebilirlik işaretidir, samimiyet güvencesidir. Dişlerin arasındaki boşluklar, benler, yara izleri, yanlış telaffuzlar ya da çirkin pijamalar bir insanın özel alanına, o insanın ruhuna erişimin sıra dışı yollarıdır (Botton, Tempo Dergisi, 2010 Şubat:67).

Modern güzellik anlayışının kadına değil yaşlanmaya, sivilcelenmeye dahi izin vermeyen ilkeleri, kadınların nasıl kusursuz olmaya programlanmış tüketim nesnelere dönüştükleri konusunda bilgi vermektedir. Güzellik her dönemde bir önceki dönemle kıyaslanarak imgesel, toplumsal, dinsel, ekonomik ve bilimsel olarak kültürel politikalarla inşa edilip, ölçülüp, biçime sokularak tanımlanabilmektedir. Güzelliğin tarihsel gelişiminde farklı tanımları yapılmış olsa da, güzelliği idealize etme çabasının değişmediği ortadadır. Kadının metaya dönüşmesinin doruğa çıktığı ve güzelliğin çirkin yüzünün, yani Janus'un karanlık yüzünün eleştirildiği modern dönem, post-modern ve feminist görüşlerin rehberliğinde daha sonra yine incelenecektir. Bir sonraki bölümde bu süreçte etkili olan giyim, moda, kozmetik/estetik ve diyet gibi kavramlardan oluşan “güzellik endüstrisi” ele alınmıştır.

2.2. Güzellik Endüstrisi

Günümüzde giyim, moda, diyet, kozmetik/estetik gibi alanlar, yükselen kar marjları sonucu sektör olmaktan çıkıp, birer endüstriye dönüşmüştür. Özellikle iletişim teknolojilerinin gelişimi sonucu güzellik standardını ve modern kadın kimliğini olumlayan güzellik kraliçesi, model, ünlü (*celebrity*) ve ikon gibi yeni unvanlar ve meslekler popüler birer alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bütün bu alanları bir çatı altında toplamayı açısından “güzellik endüstrisi” incelemeye değer bir kavram olarak belirlemektedir. En çok kadınları hedef alan güzellik endüstrisinin başat alanlarından biri giysi/giyim’dir. Giysiler, sadece giyim gereksinimi bağlamında değil, güçlü birer iletişim (kimlik) aracı, kültürel bir simge olarak değerlendirilir.

Cinsiyet, toplumsal cinsiyet, statü, yaş, sosyal roller ve dünya görüşünün oluşmasında ya da gösterilmesinde, giysiler önemli bir rol oynar. Giyim tercihleri, insanların, hem belli bir zaman dilimine uygun görünümlere (başka bir deyişle modaya) ilişkin güçlü normları, hem de olağanüstü bir seçenek zenginliği sunan kültürün belirli bir biçimini, kendi amaçları doğrultusunda nasıl yorumladıklarını incelemek için eşsiz bir alan sağlar (Crane, 2003:11). İktidar sınıflarının idealleri doğrultusunda belirlenen dönemsel giyim tarzları veya “moda”²¹ için bireysellik ifadesi taşımadığı söylenebilir. Farklı olmakla, modaya uymak arasında en çok ikilem yaşayan hep kadın olmuştur.

Moda, üniformaları ve giysi kurallarını dayatarak, giyimi bir toplumsal denetim biçimi olarak kullanan çeşitli yöntemlerle birlikte değerlendirilmelidir (Crane, 2003:17). Her stil, okunacak özel bir anlama işaret edebilir. Moda, kadınsı-erkeksi, zengin, lüks düşkünü, rüküş, eşcinsel, teşhirci, tutucu, işçi ya da yönetici vb. gibi toplumsal konumları ya da rolleri gösteren pek çok ileti içerebilir. Modanın, eski stilde giyinenleri çirkin, aşağılayıcı ve toplumun dışında bırakan; yani demode²² kalmakla tehdit eden bir işlevi de vardır. John Fiske’e göre giyim tarzları, iletileri düzenlemeye ve anlamaya yarayan kodlardan oluşur ve bir “belirleyici kod” olan sosyal konumu gösterirler (Fiske, [1982] 2002:77).

Nesnelerin, ürünlerin ya da tasarımların pazarlanmasında ve onlara çekicilik kazandırılmasında moda, “meta estetiği”nden yararlanmaktadır. Görünüm ve koşullar o

²¹ Kimliklerin ifade edilmesinde giysiler ve giyim tarzları konusunda yapılan seçimler, Latince “*modus*-oluşmayan sınır” anlamına gelen modanın sınırlarını oluşturmaktadır (Gençtürk-Hızal, 2003:2).

²² Moda sürecindeki evreler “esinlenme, taklit (çoğalma) ve demode olma” seyrini takip etmektedir (Pektaş, 2006:63).

kadar çok cazip hale getirilir ki ihtiyaç duyulan değil, “güzel” olan alınır. Hafize Pektaş “Moda ve Post-modernizm” (2006) başlıklı doktora tezinde meta estetiğini modanın ta kendisi olarak yorumlamaktadır:

En geniş anlamda meta estetiği, metanın duygusal algılanışı ve kullanım değerinin kavranışı (bakımından), nesnenin kendisinden ayrılır. Görünüm metanın kendisinden bile giderek daha önemli hale gelir. Çok ‘yararlı’ ama öyle görünmeyen bir şey satılamayacaktır. Satış ve alım işleminde estetik imge, metanın vaat ettiği değişim değeri, satışın bağımsız bir değişkeni olarak ortaya çıkar.

Statü elde etme çabası bireyleri alışverişlerinde gerçek ihtiyaçlarından öte, kullanım değerinin üstünde değişim değeri yüksek metalara yöneltmektedir. Böylece en temel kullanım değeri olan eşyalar konut, yiyecek, giyecek vb. sürekli yeni tasarımlarla zenginleştirilerek, değişim değeri yükseltilmektedir.

Ürünün kullanımının yaygınlaşması moda olan özelliğini yitirmesi demektir. Bu nedenle devingen modanın ölçütü, nesne hiçbir açıdan eskimemişken, yani kullanım değerini kaybolmadan hızla yenilenme ihtiyacı doğmasıdır. Bu bağlamda moda servetin gösteriş amacıyla sergilenmesinin ve tüketilmesinin aracı haline gelmektedir (Pektaş, 2006:94).

Genç, yaşlı, çalışan, emekli, ev kadını ve öğrencilere değin kadınları etkisi altına alan modanın varlığının bu kadar köklü olması kültür tarihiyle ilintilidir. Tarımdan endüstriye geçiş, doğanın ve çevremizdeki tüm alanların sömürü nesneleri olduğunu gösteren bir süreç olarak yorumlanmaktadır (Öğüt, 2006:79). Sanayi Devrimi sonrası moda, tüketimi körükleyen ve kendini katlayarak büyüyen dev bir endüstriye dönüşür. Moda, boş zaman faaliyetlerinden biri olarak gündelik yaşamda hızla tüketilirken, küresel ekonominin elde ettiği kâr da artar. Hazır giyimin yaygınlaşması, teknolojik gelişmeler ve pazarlama tekniklerinin gelişmesiyle modanın bugünkü anlamında kullanımı, 20. yüzyılda başlamıştır.

Moda günümüzde Veblen ve Simmel’in tabana inme kuramında olduğu gibi dalgalar halinde üstten toplumun alt katmanlarına yayılan bir güç değil, çoğunlukla alt kültürlerin etkisiyle yatay olarak yayılan bir süreçtir. Moda, hippie, punk, metal, ikinci el stil, retro (geriye dönüş) gibi alt kültürel akımlarla sokak kültüründen beslenir. Ana akım modasının genç alt kültürlerle teşekkür borçlu olduğunu yazan McRobbie, her şeyden çok modayı, dişil bir varlık alanı olarak ele alır. Kadınlar için, erkeklerle rekabet etmek zorunda kalmayacakları alanlarda yeteneklerini geliştirmek, erkeklerin zaten işgal etmiş olduğu alanlarda mücadele etmekten daha kolay olduğunu yorumlar (McRobbie, 1999:211). Oysa bugün güzelliği bütünleyen giyim alanında gerçek anlamda erkek ve

kadın modası vardır. Buna rağmen genel olarak moda dendiğinde algı tamamen dişil bir varlık alanı lehine işlemektedir. Bu dişil varlık alanının temel öznesi yine kadın, fakat güzel; bedeni ve yüzü güzel kadındır.

Dönemlere göre değişen moda anlayışında değişmeyen tek kavram, “ideal kadın” tipi yaratmak olmuştur. Moda, reklamcılık ve fotoğrafçılığın sınırlarını çizdiği, kurallarını koyduğu, “kültürel ideal” olarak kabul gören belirli bir kadın tipi vardır: “Mükemmel kadın bedeni”. Bu ideal, “*moda yazınının ortaya koyduğu ‘sorunlu alanlar’ın yok edilmesinden sonra geriye kalan silüettir*” (Coward, 1993:42). Toplu bir benzeşme ritüeli şeklinde yorumlanan küresel moda anlayışında “ideal kadın” imgesi, fikir olarak sabittir, görsel anlamda değişir ve hızla tüketilir.

İdeal güzellik ile modanın ilişkisi 1900 yılı başlangıç olarak kabul edilen moda tarihiyle başlamış olur. Modaya yön veren *houte couture* elbiselerin Charles F.Worth tarafından keşfi ve bugünkü alışveriş merkezinin ilk örneği sayılan *Bon Marché* pasajlar 1800’lü yıllarda yapıldı. 1830 yılında icat edilen “dikiş makinesi”²³nin kullanımı, kalıp metotlarının yaygınlaşması, rekabet koşulları ve Romantizm akımının etkisiyle aşırı süslü elbiseler moda olmuş, kadına biçilmiş “rolsüzlüğü” de iyi bir şekilde yansıtan bu giysilerden incelikli ve melankolik bir “ideal kadın” imajı yaratılmıştır (Gerçek, 2006). 1900’lara gelindiğinde *Art & Craft* akımının önde gelen savunucularından Oscar Wilde, kadınlara korselerini çıkarmayı salık verir. Güzellik ideallerinde öncü Vogue Dergisi (1909) okuyucularına şöyle sesleniyordu (Watson, 2007:18-22): “*Modaya uygun güzellik tavsiyeleri, Dr. Walter’ın ilaçlı lastik inceltme korsesi, Edna kalça sıkılaştırıcısı, buharlaşma yoluyla incelettiği iddia edilen Louisenbad inceltme tuzu ve duruş teknikleri...*”.

1900’lu yılların başında kadınların golf, yemek, davet, parti, at yarışı gibi ortamlarda günde altı kez giysi değiştirmeye başlamasıyla, Vogue Dergisi kapağında “Haftalık Moda ve Sosyete Dergisi” yazması aynı döneme rastlar. Doğunun keşfiyle şalvar, peçe, kimono gibi giysilerle tanışan tasarımcılar içinde Paul Poiret, bir giysi devrimine öncülük eder. Paul Poiret, o zamana kadar bir ilk olan pantolon (elbise altına giyilen Türk şalvarı) ve korsersiz elbiseler ile kadınları giysileri içinde özgürleştirirken; dar etek ve sütyen tasarımıyla bir başka esarete yol açar. Çünkü korsenin reform amacıyla değil, kadınların cinselliklerini ifade etmek amacıyla başka araçlar bulmalarıyla ortadan

²³ 1851 yılında Isaac Merrit Singer tarafından patenti alınmıştır.

kalkmış olduğu iddia edilir (Davis, 1997:113). Örneğin sütyenin, giysiler içinde dik, belirgin veya büyük gösterdiği memenin, seks objesi olarak algılanışını güçlendirdiği savunulmaktadır.²⁴

I. Dünya Savaşı sonrasında kadınların çalışmaya başlamasıyla göğüslerin bastırıldığı, bel ve kalçaların içinde kaybolduğu giysiler üretilmiş, bu tip giysilerle “cinsiyetsizlik” anlamı yaratılmaya çalışılmıştır. O dönem için büyük bir olay yaratan kısalan etek boyları, kadını, erkek gibi uzun (güçlü) göstermek ve erkek dünyasında yer edinmesini sağlamak amacıyla tasarlanmıştır (Atlı, 2007 Ders Notları, MSÜ). Diğer yandan 1923 yılının Vogue’u bir “Vamp kadın” imajı belirler (Watson, 2007:38): “*Çok özel bir tür. Ona telefonla evlenme teklifi edip, telgrafla evlenirsiniz. Bir ev kurup, onu eve götürmek zorunda değilsiniz; bir kokteyl hazırlayıp dışarı çıkartın yeter. Kuvvetle muhtemeldir ki, ancak dansa adımlarınızı ona uyduramadığınızda boşanma talep eder. Sadece milyonerler için...*” (Görsel 2.5). Buraya kadar olan bölümde modanın farklı kadın kimliği yaratımdaki rolü ve bu kimliklerin içine -olmasa olmaz- güzelliğin hangi tanım ve işlevle katıldığı görülmektedir.

²⁴ Sütyenin, memenin formunu koruduğu konusunda tartışmalardan biri, memeye her gün yapılacak soğuk düşün, memeyi sütyenden daha çok koruduğu üzerinedir. Ancak bu yöntemi savunmak, bebeğe yaşamsal gıda sağlamak amacıyla var olan bu organın, taze, dik, su damlası formundaki erotik algılanışını kuvvetlendirmektedir. Memenin aynı toplum içinde bir yandan ahlak kuralları denetiminde örtülmesine, diğer yandan pornografik olarak sergilenmesine izin verilmektedir. Ben her iki karşıtlığın da moda ve güzellik endüstrileri tarafından kullanıldığını düşünüyorum. Kaldı ki ideal forma uygun ölçüdeki memesini sergileyen kadınlar ideali yaymada özendirici olduğu kadar, ahlaksız bulunup yargılanmaktadırlar da. Memenin ahlaki yaptırımlara tâbi olmadığı bazı yerli toplumlarda açıkta bırakıldığı hatırlandığında, iktidara içkin her türlü mekanizma da akla gelmektedir.



Görsel 2.5: “Vamp kadın”: Kapak, Vogue Dergisi, Aralık 1921 (Watson, 2007:39).

Sosyal yapıdaki değişimlerin moda yön verdiği savaş sonrası yıllarda, yeni endüstrilerin gelişimi izlenir. 1920’li yıllar modanın seyrini değiştiren bir kadın tasarımcının, ününü bugünlere taşıyan dev bir modaevinin çıkış yaptığı yıllardır. Coco (Gabrielle) Chanel, “rahat olmayan kıyafet lüks değildir” sloganıyla, dönemin moda anlayışını ters yüz eden efsanevi bir tasarımcıdır. Saçların bukle bukle yapıldığı bir dönemde oğlan çocuğunu andıran kısacık saçıyla, kendisinden emin tavrının okunduğu bir fotoğrafının altında “*Güzel olmadığımı biliyorum, ama farklılığın büyümesine sahibim*” yazılıdır (Picardie, 2011).

Aynı yıllarda Amerika’da göçlerle kalabalıklaşan kentlerde, taksitli alışverişin başlaması gibi pazarlama tekniklerinin gelişimi, radyo ve televizyonun yaygınlaşmasıyla olanaklı hale gelen Amerikan kitle kültürü Dubby ve Perrot’un ifadesiyle, Avrupalı tüketiciye yeni bir yaşam tarzı sunar. Tüketimin yüzde 80’ini gerçekleştirdiği görülen kadınlar için, satışa yönelik yeni iletişim stratejileri geliştirilir. Grafik ve fotoğraf teknikleriyle oluşturulan ve daha önce hiç olmadığı kadar bilinçaltını etkileyen reklamlarla “kadın imajları” pazarlanır. Reklamcılar, bireyselliğin ve modernliğin kadınlara meta olarak paketlenmesini hızlandırdılar; öyle ki 1929’a gelindiğinde kozmetik sanayi, 17 kat daha büyük olan gıda sanayi kadar reklam harcaması yapıyordu. (Dubby & Perrot, 2005:90-91). Diğer yanda hızla gelişen bir diğer kitle iletişim aracı sinemada da sınıflara göre farklı ideal kadın tipleri yaratıldı.

Bugün hala güzellik ve moda adına tarz sahibi pek çok kadının hayran olduğu söylenebilecek olan Greta Garbo ve Rita Hayworth gibi “*femme fatale*”ler, Claudette Colbert’in veya Doris Day’in canlandığı “komşu kızları” gibi, hem doğal aristokrat zarafetine, hem de *proleter* (işçi) sınıfın şehvetli kızına güzellik modeli önermiştir (Eco, 2006:425). Resim sanatında incelendiği gibi, kadın, sinemada da seyirlik nesne olarak kullanılmaya başlanmıştır. Masum ya da fethan, ama mutlaka güzel olan kadın imajlarının bütünü eril bakışın bir uzantısı olarak sahnelenmiştir. Çalışmanın önsözünde yer verilen ve güzellik endüstrisinin kurallarından sayılan baştan çıkarma ve narsistik duygular, bu kadınlar aracılığıyla izleyiciye aktarılmaktadır. Baştan çıkarma ve narsizm kitle iletişim araçları tarafından endüstriyel olarak üretilen ve imlenebilir göstergelerden oluşmuş modellerle (burada tüketim toplumuna sunulan simülasyon modeller; yani nesne, marka, ürün gibi göstergelerin tümü kastediliyor) doldurulur (Baudrillard,1997:108):

(...) Tüm kızların kendini Brigitte Bardot sanabilmesi için kızları birbirinden ayırt edenin saçlar, ağız ya da giysinin herhangi bir özelliği olması gerekir; yani zorunlu olarak hepsi için aynı şey! Her biri kendi özgün kişiliğini bu modelin başarıyla uygulanmasında bulur (Baudrillard,1997:108-109).

Bourdieu de ürünlerin farklılaşması ve çeşitlenmesi söylemine karşın, ulusal olduğu kadar uluslararası ölçekteki arzın tek biçimleştirildiğini eleştirir. Özellikle son derece pahalı araçların tümüyle ticari amaçların hizmetine verildiğini, başka bir deyişle onların yarı edepsiz bir biçimde, olabildiğince büyük izleyici sayısının en ilkel itkilerini doyurmak ve baştan çıkarmak amacıyla düzenlendiğini yorumlar (Bourdieu, 2006:143-146). Tıpkı bir araba reklamında yarı çıplak kullanılan bir model örneğinde olduğu gibi. Tüketicilere deneme sürüşü önerilen reklamlarda, kadın modellerin seksi, çekici ve baştan çıkarıcı pozları erkek izleyicinin, Bourdieu’nün en ilkel itki doyumunu dediği şeye hizmet eder niteliktedir. Her şeyin ticarileştiği bir evrende nesne, araç ya da ürünler gibi, arabanın üzerinde oturan kadın da ticarileşmektedir. Belki de bu bağlamda güzelliğin de ticarileştiğini ve bunun içselleştirildiğini, kadınlar tarafından ideal güzelliğe olan talebin artmasından çıkarabiliriz.

Değişir görünen “ideal kadın” imgelerinde, değişmeyen nedir? Güzelliği ile örnek alınan kadın tiplerinden altmışların Twiggy’si ya da Julie Christie’si, yetmişlerin Maria Schneider’i ve seksenlerin Nastassia Kingsky’si arasında farklar olsa da yıllar boyunca bizi

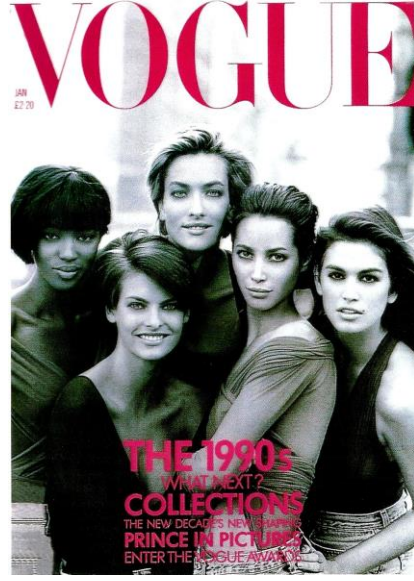
topa tutan kadın imgelerinin belirli bir ideali gösterdiği, onun da mükemmel beden ideali olduğu düşünülmektedir (Coward, 1997:42):

Batıda cinsel çekicilik idealinin kadınların anatomisinin biçimini değiştirmek için zorunlu bir ameliyatla verilmediği, gönüllü olarak kabul edildiği söylenir. Bu ideal biçim takıntısının varlığı, kadınlar ve cinsellikleri konusunda beklentilerin kesin bir ifadesidir... İdeal beden dirhem yağdan kurtulmuş bir inceliğe sahiptir; yağa izin verilen tek yer göğüslerdir (...) Bu bedenin en çarpıcı yanı yeniyetmeliği hatırlatmasıdır... Daha çok gençlik biçimini koruyan daha yaşlı bir kadının bedenidir... Beden tüyleri çirkin kabul edilir ve güzellik öğütleri, ergenlik öncesi pürüzsüzlüğü yeniden elde etmek için bedenin tıraş edilmesini önerir... Bu cinsel idealin, güçsüzlüğü ifade eden bir imge olması rastlantı değildir. Ancak ideal yumuşak başlı, klasik bir “*femine*” değil; dinç ve olgunlaşmamış bir yeniyetmedir (Coward, 1997: 42-45).

Aynı dönemde küçük kız çocukları da düşünülmüştür; piyasaya yeni sürülen Barbie bebeklerle imaj tazelenir. Sinema ve oyuncak endüstrilerince yaratılan (çocuksu kadın-kadınısı çocuk, Cindy ve Barbie bebekler) pedofilik (sübyancılık) imgeler, güzelliği tanımlayan “taş bebek” betimi ve kızların bebek gibi konuşmasının sempatik bulunması, kadınların bir prototip nesneye indirgendiğini yansıtan örnekler olarak verilmektedir (Öğüt, 2006:77).

Barbie bebeklere benzeyen mankenler de, ideal kadın imgesinin aktrisler kadar bir diğer güçlü aktarıcısıdır. Vogue’un 1990’daki kapağında Naomi Champhele, Linda Evangelista, Tatjana Patiz, Christy Turlington ve Cindy Crawford (Görsel 2.6), Tanrı vergisi güzellikleriyle film yıldızlarının yerini alan süper modeller olarak sunuldu. Güzellik gücünü göstermiş, şehvetle arzulanan süper modeller masallardaki gibi bir yaşama kavuşmuşlardır. Moda, medya, tüketim üçgeninin *simulakr*ından ya da bir gerçeklikmişçesine algılanan görünümünden uzaklaşıldığında, gerçekte öyle miydi? Diana Crane (2003) rol model olarak ele aldığı mankenlerin, giysiler ya da modadan daha çok ilgi odağı olduklarına değinir. Crane’in ifade ettiği üzere mankenlerin görevi nettir:

Kadınların çoğu, özellikle de gençler ünlü modelleri tanır ve isimlerini bilirler. Bu kadınlar neredeyse istisnasız olarak, mankenlere güçlü tepkiler gösterirler. Bu tepkiler bazen olumlu, genellikle de olumsuzdur. Fiziksel varlık ve kişilik olarak manken, hem moda idealleriyle birlikte bu idealleri yaratan hegemonyanın iletildiği bir kanal olarak, hem de mankenin olumsuz ve istenmeyen bir imge yansıtmasına dayanarak bu ideallerin ret edilmesini mazur göstermede iş görür (Crane, 2003: 291-292).



Görsel 2.6: Beş Top Model (Naomi Champhele, Linda Evangelista, Tatjana Patiz, Christy Turlington ve Cindy Crawford), Kapak, Vogue Dergisi Haziran 1990 (Watson, 2007:135)

Mankenler her zaman öncü mükemmel beden ya da güzellik sembolü olmanın yanında ve hatta bazen daha da ötesinde, beğenilmeyen, yargılanan, bedenleri veya sundukları kıyafetler üzerinden eleştirilen moda işçileri olarak sosyal rahatlamaya da sebep olurlar. Her kadının favori bir mankeni -ki muhtemelen güzellik ve beden uygulamaları olarak (makyaj, kıyafet, saç stili vb.) tarzını da kuran- varken; beğenmediği, kusurlu ya da itici bulduğu en az on manken sayması olasıdır. Tüketicinin sunduğu bu ideal dayatmada gerilim, aslında (podyumda, magazin dergilerinde, televizyon ekranı gibi ideolojik alanlarda) izleyen ve izlenen arasında çift taraflı yaşanır. İzleyici bakışlarındaki nefret arttıkça; mankenlik, sunumdan teşhire kaçan bir gösteriye dönüşür. Teşhircilik, insanın kendi bedeninin parçasına bakmasını içeren otoerotikten kaynaklanır (İnceoğlu & Kar, 2010:67). Giysiden çok erotik bölgelerinin öne çıkmasıyla, bir çeşit “skopofilik”²⁵ haz alınır; bu arada tüketim başat amacına ulaşır. Klasik kadından beklenen itaatkârlık rolüne teslim olunmuştur.

Moda fotoğrafları analizinde mankenden vermesi istenen pozlarda moda bebeğinin itaatkârlığını okumak mümkündür. Bazı fotoğraflar, Goffman’ın “itaatin ritüelleştirilmesi” olarak adlandırdığı durumun herhangi bir yönünü resmeder; çocuksu,

²⁵ Skopofilik dürtü: Başkalarını sevişirken izleme, çıplak resimlere bakma, pornografik film vb. etkinliklerden haz alma. Freud’a göre cinsel doyum için bir önkoşul olması halinde cinsel bir sapma olarak değerlendirilir (Aktaran İnceoğlu & Kar, 2010:67).

pasif, seksi vs. beden pozisyonları kullanılır (Aktaran Crane, 2003:296). Cinselliğin bakışlarla davet edilen açık ya da tam tersi androjen (belirsiz), kullanıldığı fotoğrafların yanı sıra, artık modada sınır tanımayan bir pornografi işlenmektedir. Barthes’a göre giysiler dahi, örtülü erotizmin yaratılmasına aracıdırlar (Barthes [2006] 2007:101): “İki parça arasında (pantolonla-kazak), iki uç arasında (yarı açık iliklenmiş bir gömleğin düğmeleri arasında, eldivenle kolun arasında) erotik olan, baştan çıkaran şey ısıldayan deridir ya da daha da fazlası bir belirip bir kaybolma oyunudur”.

Moda tasarımcısının ya da firma yöneticisinin isteğine göre belirlenen ve podyumda ve çekimler sırasında defalarca deneyimlediğim yukarıda adı geçen tematik pozları, itaatkârlığın ritüelleşmesi kapsamında düşündüğümde Victor Turner öne çıkmaktadır. Zambiya’da yaşayan Ndembular’ın ritüellerini inceleyen antropoloğa göre ritüellerdeki “simgeler”²⁶, sosyal olaylar, olgular ya da ilişkilerin amaçları, sonucu ve anlamları hakkında çıkarım yapılabilen yapılardır (Turner, [1996] 2004:536). Bu anlamda, uyandırmak istenen kadın kimliği mankenlerin podyumdaki giysi, saç, makyaj ve koreografik pozları aracılığıyla izleyicisine aktarılır. Kadın bedenini kültürel bir simge olarak gören bakış açısında olduğu gibi, burada mankenleri de simge olarak değerlendirebiliriz: Seksi, kadınsı, masum, güzel, akılsız, itaatkâr kadını simgeleyen taş bebekler! Tıpkı heykellerde, resimlerde, fotoğraflarda, dini metinlerde, deyişlerde, vs. görüldüğü gibi, podyumda da toplumsal cinsiyet rolleri bir ritüel şeklinde tekrarlanmaktadır.

Güzel kadın idealinin bir kimliğe dönüşmesini ve moda bilincinin geniş kitlelere ulaşmasını sağlayan bir başka olgu “güzellik yarışmaları”dır. Yarışma ve yarışma sonrası seçilen güzellerin yaşamları neden göz önündedir? Kadınlar için yaşam, güzellik sergilemesi şeklinde geçen bir yarışmadır. Taç sahibini bekler; çünkü tüketim kadınların tamamını güzel kılmayı, kendilerini taçlandırmayı vaat eder. 2010 yılında antropolojik saha araştırmasını güzellik yarışması kampında gerçekleştiren ve araştırma verilerini şahsi internet sitesinde yayınlayan Lingbo Li, yarışmalarda gösterilen en güzel elbise ve bronz mükemmel tenin dahi “sizi taca bir adım daha yakınlaştırdığı” mesajını verdiğini dile getirir. Törenlerde görünüm standartlaştırılmasının, tacı metalaştırdığını açıklayan Li, yarışmacıların binlerce dolar karşılığındaki podyumda yürümesinin, gülümsemesinin ve

²⁶ Simgeler, insanların anlam yakıştırdığı nesne, olay, ses ya da yazılı biçimlerdir. İnsanlar, birincil simgeleşme biçiminin dil olmasına karşın, sanat, dans, müzik, mimari, yüz ifadeleri, beden duruşları vs. pek çok gösterge ve simge aracılığıyla iletişime girerler (Özbudun & Şafak & Altuntek, [2005] 2007:282).

poz vermesinin sonucunda aslında güzelliğin kendisinin metalaştırıldığını yorumlamaktadır.

Küresel Alanda Güzellik Kraliçeleri (Beauty Queens on Global State - 1996) kitabında Ballerino C. Cohen, R. Wilk ve B. Stoeltje, güzellik yarışmalarının küreselliğine dikkat çekilerek, tüketim ile ilişkiden bahsederler. Kitapta, kazananın “royal²⁷ statü” ve taçla ödüllendirildiği bir yarışma sahnesi üzerinde kraliçelerin, toplumsal cinsiyet kurallarını -geleneksel, idealize edilmiş dişiliği- sergilediği vurgulanır. Ancak gösterinin sadece dişilik, güzellik ya da yarışmadan ibaret olmadığı belirtilir: “*Kraliçeler; sponsorlar, düzenleyenler ve izleyicilerin yaşamlarının merkezindeki politik konularla ilgili bağlantıyı ve çok güçlü çıkarlarını harekete geçirirler*” (Cohen, Wilk & Stoeltje, 1996:2). Bu harekete geçiş aynı zamanda, modernite ve kapitalist söylemin etkisinde kaçınılmaz toplumsal değişimin de bir kaynağı olmuştur, ki kavramlar ve içerikleri dahi boyut değiştirmiştir.

Yeni sinema yıldızları, ünlüler (*celebrities*), mankenler, güzellik kraliçelerinin temsil ettiği “kadın ideali”, 1900’lerden 2000’lere sektöre “moda ikonları”nı dâhil etmiştir. Magazin basının bu yeni tanrıçalarının ilk görevi modadır. Moda, ikonlarını ve temaları yaratırken; medya hem lüks moda, hem de endüstriyel modayı pazarlamaktadır. Örneğin *Sex & The City* Dizisi’nin yıldızı Sarah Jessica Parker ya da Sienna Miller bir “ünlü”den (*celebrity*) fazlasıdır; stil ikonu olarak da lanse edilirler. Stil ikonları televizyon yıldızlarından, güzellik kraliçeleri, modeller ve sosyetik isimlere, işadamları eşlerinden, iktidar eşlerine varıncaya kadar geniş bir yelpazeden oluşur. Yeter ki moda otoriteleri tarafından ilan edilsinler!

Moda ikonları aynı zamanda bir toplumsal eşitsizliğin de meselesi haline gelmiş, Marx’ın üretim araçlarına sahip olan üst sınıfın, alt sınıfı kapitalist açgözlülükle büyüyen bir hegemonya altına sokmaları (Skinner, 1991:163) tartışmasındaki gibi, moda da böylesi bir görmezden gelmeye çanak tutmaktadır. Sınıfsal eşitsizliğin, lüks bir otomobilin yanında uyuyan, yoksul bir Hintli kadar olağan görüldüğü günümüzde, ikonlar dünyasından gelen haberler de o derece olağan algılanır. Örneğin dünya çapında “stil ikonu” olarak gösterilen Ürdün Kraliçesi Rania’nın 40. yaş günü kutlamasında sınıflar arasındaki uçurum yüzeye çıkmıştı. “Dünyanın en iyi giyinenler listesinde ilk 10’da olan kraliçenin 600 konuğunun davetli olduğu kutlama için, çevredeki köylerde elektrik yokken, dağın tepesine elektrikli

²⁷ Kralla ilgili, krala ait.

panolara 40 rakamının yerleştirilmesi” yüzde 25’i fakirlik sınırında yaşayan halk tarafından utançla karşılanmıştı (Barış, Radikal Gazetesi, 2011). Ne var ki tepkiler, ne moda endüstrisinin 100 yılda yükselen gücünü, ne de büyük bir aldırmaçlık içinde ikon örneklerin çoğalmasını engelleyememiştir.

Türkiye’de bugün için daha ön planda bir olgu olan ve İslami elitlerin yakından takip ettiği tesettür modası, onu temsil eden stil ikonları, dergiler ve internet siteleri ile yayılmaktadır. Gazetelerde Cumhurbaşkanı eşi Hayrünnisa Gül’ün stili tartışılmakta, İslami sosyetenin tesettür modasına “Yeşil Topluklar” internet sitesinden ulaşılabilmekte ve Âlâ (Görsel 2.7) ve Hesna (Görsel 2.8) gibi tesettür ve güzellik temalı dergiler yüksek tirajlı satış yapmaktadır. İslam camiasında tartışmalara yol açan bu yeni anlayış, lüks markaların türban, çanta ya da ayakkabı gibi aksesuarlarını kullanan, açık renk oje süren, makyaj yapan ve kadın kuaförlere saçlarının rengini değiştiren kadınlarda belirgin olarak görülebilmektedir. Bir sonraki sayfadaki fotoğraflarda (Görsel 2.9) görüldüğü üzere güzellik ve moda söz konusu olduğunda laik ya da muhafazakâr olmanın bir fark yaratmadığı günümüzde, tüketimin her kesime yayıldığını söylemek mümkündür.



Görsel 2.7: Kapak, Âlâ Güzel Yaşam Tarzı Dergisi 2011 Ekim.



Görsel 2.8: “Eşarp Bağlama Trendleri”, Kapak, Hesna Dergisi, 2011 Temmuz.



Görsel 2.9: Âlâ Dergisi sayfaları ve bağımsız bir blog. Birinci fotoğrafta özel günlerin tesettürlü fotoğrafçısı Ayşe Merve Dağlı'nın Âlâ Dergisi'nde yayınlanan bir fotoğrafı bulunmaktadır. “Âlâ Müsabaka” başlıklı ikinci fotoğrafta derginin giyim stillerini ödüllendirdiği gençler görülmektedir. Son fotoğraf ise içinde tesettür modası ve makyaj uygulamalarının bulunduğu “Bir Dilden, Her Telden” isimli blogtan alınmıştır (Erişim: <http://edbdesigns-tr.blogspot.com/2010/09/enine-cizgililer-o-kadar-da-kotu-degil.html>, 2010).

Barış Kılıçbay ve Mutlu Binark “Tüketim Kültürü, İslam ve Yaşam Stili Politikaları” (*Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle* - 2010) çalışmalarında, örtünme pratiğini tüketim kültürü içinde bir dini pratik eklemlenmesi olarak, Türkiye’de 1990’lardan bu yana artan “örtünme modası”nı ise bu eklemlenme sürecinin bir parçası olarak görürler. Örtünme pratiği tüketim, mal, memnuniyet kalıplarından ayrı tutulamaz bir şekilde, pazar ekonomisinin yerel ve küresel trendleri tarafından da canlandırılarak ilerlemektedir. Bu trendlerin takip edilmesi yoluyla Türkiye’deki giyim firmalarının bazıları çeşitli örtünme model ve tarzlarını, bilerek ve isteyerek İslami ilkelere göre giyinme tercihi yapmış olan kentli, orta ve yüksek sınıflara dâhil olan kadınlara sunarlar (Kılıçbay & Binark, 2010:498-499). Bu bağlamda İslamcı kadın dergilerine bir geçiş yapılırsa Kılıçbay ve Binark, bu dergilerde moda ve kadın arasındaki ilişkinin önemli ve sorunlu bir noktaya işaret ettiğini belirtirler. Bu nokta, modern kapitalist yaşam tarzı ile İslami ilkelere uygun yaşam tarzı arasındaki çelişkidir. Dergilerde yayınlanan yazıların, reklamların örtünme modasının ürünlerini sunduğuna ve moda fenomeninin entelektüel ve İslami bir bakış açısıyla tartışıldığına değinirler. Onlara göre bu tartışmaları içeren yazılar genellikle politik İslami söylem, İslami feminizm, sivil toplum gibi konular üzerine tartışmalar yürüten İslamcı entelektüellerdir (Kılıçbay & Binark, 2010:501). Araştırmanın “Bulgular ve Değerlendirmeler” başlıklı beşinci bölümünde tüketim-güzellik-tesettür kavramları ve aralarındaki ilişki tesettürlü entelektüel katılımcıların yanı sıra bu tarz dergilerden birinin imtiyaz sahibiyle de ayrıca tartışılacaktır.

Yine magazin dergilerinin yarattığı ve moda adına tüketimi desteklemek amacıyla öne sürülen “moda ikonları”na dönersek, onların modadaki belirleyici etkileri ve bir kitle olarak takipçileri sayesinde artan diyet, makyaj, *fitness*, kuaför gibi güzelleş(tir)me faaliyetlerini tamamlayan “kozmetik”, kendi başına bir tüketim endüstrisi olarak ortaya çıkmaktadır. Kozmetiklerin dermatolojide (cilt hastalıkları) kullanımı; cilt temizliği, cildin nemlendirilmesi ve cilt bakım ürünleri olarak üç temel aşamadan oluşur (Karaduman, 2003:176). Kozmetiğin endüstriye dönüşen cerrahi uzantısı ise “estetik cerrahi” olarak bilinir. Plastik cerrahinin küçük bir bölümünü oluşturan “kozmetik/estetik cerrahi”²⁸

²⁸ Estetik cerrahinin içine botoks enjeksiyonları, yüz gençleştirme cerrahisi, endoskopik alın cerrahisi, cilt yenilemesi (mekanik soyma, kimyasal soyma, lazer cerrahisi), dolgu maddeleri uygulama (yağ, silikon, teflon, fasya vb), göz çevresi cerrahisi, burun/meme/cinsel organ estetikleri, vücut şekillendirme cerrahisi ve karın germe, yağ dokuları aspirasyonu (*liposuction*, *liposhaping*), *jinekomasti* (erkeklerde meme büyüklüğü), saç restorasyonu cerrahisi girmektedir (Petek, 2006: 180).

bedeni güzelleştirmeye yarayan bir dizi uygulama ve ameliyatlardan oluşur. Plastik cerrahinin alanına estetik cerrahi dışında “*oküloplastik cerrahi*”²⁹, yara tedavisi, “*pediatrik plastik cerrahi*”³⁰, yanıklar, çene cerrahisi, “*onkolojik cerrahi*”³¹, “*ürogenital cerrahi*”³², derinin cerrahi hastalıkları, el/yüz cerrahisi, “*rekonstrüktif cerrahi*”³³, “*mikrocerrahi ve transplantasyon*”³⁴, “*kraniofasial cerrahi*”³⁵ girmektedir (Petek, 2006:180-181). Plastik cerrahi Amerika’da en geniş ve en hızlı büyüyen bir medikal uzmanlık alanı özelliği taşımakla birlikte kozmetik/estetik cerrahinin gelişimde en büyük destekçisi, şüphesiz yine kadınlar olmuştur. 1970 yılından itibaren istatistiklerde, kadın hastaların oranı yüzde 90, bazılarında göreyse yüzde 95’tir (Haiken, 1999:11). Güzellik endüstrisinin söylemleriyle hareket eden kadınlar, görünüş saplantısı sonucu estetik uygulamaları tercih ettikçe, endüstrisinin kârı da yükselmektedir. Uluslararası Estetik Plastik Derneği (ISAPS)’nin 2010 yılında en fazla kozmetik/estetik prosedürünün gerçekleştiği ilk 25 ülke raporunda (Tablo 2.1) evrensel bir güzellik endişesi olduğu izlenen kadınların, dünya kadın nüfusunun üçte ikisinde, bu endişelere rastlanmakta (Dove Araştırması, [2005] 2006:6) ve en çok hangi uygulamaları tercih ettikleri görülmektedir.

²⁹ Göz kapağı tümörleri, göz kapağı estetikleri, göz kapağı düşüklükleri ve darlıkları, göz çevresi travma ve deformiteleri a.g.e.

³⁰ Doğuştan vücut ve uzuv anomalileri, yoklukları, asimetritleri; doğuştan dudak, damak ve yüz yarıkları (tavşan dudak, kurt ağız); doğuştan kulak yokluğu a.g.e.

³¹ Baş ve boyun tümörleri, yumuşak doku sarkomları

³² *Hipospadias*, *epispadias*; penis onarımı veya oluşturulması; vajina oluşturulması veya onarımı; cinsiyet değiştirme ameliyatlari; cinsel organ estetikleri a.g.e.

³³ Onarım (kaza/yanık sonucu oluşan doku ve organ kayıplarının onarımı; doğuştan eksik veya kusurlu olan organların onarımı; tümör ameliyatlari sonrası eksilen ya da bozulan organların onarımı) a.g.e.

³⁴ Kopan organların yerlerine dikilmesi; doku nakilleri ile geniş yaraların kapatılması a.g.e.

³⁵ Doğuştan kafatası şekil bozuklukları; kafatası ve çevresi tüm tümörleri, kaza sonucu onarımlar a.g.e.

Tablo 2.1

Uluslararası Estetik Plastik Derneği (ISAPS) 2010 Raporu.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
	Toplam	ABD	Brezilya	Çin	Japonya	Hindistan	Meksika	İtalya	Kore, (Güney)	Fransa	Kolombiya	Almanya	Türkiye
	5970	5024	2000	1831	2000	1518	1500	1250	953	950	863	700	
Yaklaşık Plastik Prosedür Sayısı	33,027												
Gerekleştirilen Prosedürler													
Cerrahi													
Karnı	681,344	154,265	33,480	29,735	33,660	39,756	22,800	20,613	15,458	24,605	13,480	12,082	
Blefaroplasti	1,085,153	155,543	73,480	66,172	62,340	36,796	63,340	44,763	44,133	29,954	37,031	23,380	
Meme büyütme	1,506,475	336,648	254,214	55,400	51,000	85,099	75,225	34,238	50,519	52,298	42,322	19,824	
Meme kaldırma	543,848	128,295	91,939	17,523	18,340	33,927	27,120	12,013	16,878	19,019	15,215	7,252	
Meme küçültme(kadın)	549,994	107,699	83,650	24,096	26,320	25,958	26,715	16,700	17,535	16,511	15,724	10,521	
Popo büyütme	119,007	19,104	44,663	3,497	3,560	7,377	1,215	2,438	667	10,260	587	1,267	
Popo kaldırma	36,977	7,701	6,581	1,721	1,960	1,913	1,320	1,175	867	1,397	1,018	651	
Yanak implantları	40,891	4,119	8,089	3,380	2,985	3,120	1,425	2,075	896	1,302	777	1,085	
Çene büyütme	108,178	20,298	19,393	6,780	6,100	7,564	3,240	4,013	2,344	4,294	1,881	2,261	
Yüz gerdime	421,029	79,759	71,793	19,400	18,255	17,740	22,831	20,775	14,276	12,322	12,168	6,748	
Altın germe	135,242	30,089	25,120	6,665	5,920	8,698	4,200	4,213	2,792	5,558	2,529	2,282	
İnkomastı tedavisi (erkek meme küçültme)	235,947	28,596	31,601	18,660	16,369	21,180	7,924	11,340	7,043	5,273	6,559	6,895	
Saç Ekimi	77,480	2,448	5,778	11,340	10,052	14,660	850	1,425	982	1,283	923	4,291	
Dudak büyütme	221,703	27,522	36,223	16,540	14,813	15,220	8,789	10,455	10,200	6,137	5,808	6,020	
Lipoplasti	2,174,803	402,259	436,887	134,720	118,612	130,480	99,824	69,705	83,800	89,585	40,699	45,570	
Alt vücut kaldırma	64,475	11,045	9,696	2,420	2,142	2,300	3,461	3,900	1,488	2,033	2,857	903	
Keçpe	242,271	22,029	40,745	15,420	13,623	14,180	7,408	15,345	9,500	9,425	7,125	8,561	
Burun estetiği	985,325	75,521	106,609	125,700	112,497	113,040	26,899	24,750	76,825	22,705	13,903	43,722	
Uyluk kaldırma	70,558	10,686	10,098	3,920	3,442	3,720	3,006	4,140	2,400	2,573	2,391	1,449	
Üst kol kaldırma	94,026	19,641	13,012	4,860	4,303	4,800	5,617	4,620	2,988	2,394	2,554	1,757	
Vajinal gençleştirme	67,665	5,194	14,871	3,740	3,259	3,780	1,791	3,705	2,250	3,263	2,287	1,337	
Toplam Cerrahi Prosedürler	9,462,391	1,620,855	1,592,106	588,880	525,790	553,420	437,351	396,750	261,198	319,305	229,273	205,114	
Cerrahi Olmayan Prosedürler													
Enjektör Edilen													
Otolog yağ	836,864	121,430	148,208	56,060	51,616	50,620	35,931	37,110	36,888	21,595	18,624	19,565	
Botulinum Toksin Tip A (Botox Dysport)	3,072,372	579,739	268,131	228,660	213,659	193,100	195,883	134,250	136,713	81,815	73,208	78,694	
Kalsiyum hidroksilapatit	180,769	89,132	2,864	5,460	4,761	4,660	13,116	10,140	3,975	4,898	846	1,925	
Hyaluronik Asit	2,045,899	256,048	142,983	151,880	149,648	127,800	96,788	143,040	91,038	84,445	27,541	50,015	
Yüz Gençleştirme	305,585	50,387	52,953	20,700	20,342	24,040	11,810	12,615	12,775	7,167	5,808	7,035	
Kimyasal soyunma	109,198	12,776	11,957	10,140	9,521	9,720	4,600	4,635	6,150	3,050	2,147	3,402	
Dermabrasiyon	583,536	108,535	71,772	45,240	54,600	41,340	23,043	18,585	27,563	12,856	11,790	14,140	
İPL Laser Tedvisi	189,657	33,372	25,220	15,140	15,014	14,300	6,118	8,910	9,188	4,765	4,389	4,220	
Laser Cilt Yenileyici	394,148	147,638	32,240	21,954	22,020	27,400	7,665	14,238	5,099	6,657	4,410	7,357	
Mikrodermabrazyon	285,074	61,790	32,957	22,020	22,009	18,640	19,446	10,965	13,013	7,637	4,807	6,818	
Noninvasiv sıkma													
Diger	176,800	70,148	15,675	13,180	10,748	11,680	14,011	1,590	7,213	839	725	3,801	
Laser destekli lipoplasti	796,192	146,086	104,348	77,580	76,371	69,020	28,296	17,805	45,900	11,303	9,786	24,395	
Laser epilasyon	20,121	239	603	1,380	1,300	1,640	106	1,965	838	1,334	143	448	
Penis büyütme	99,220	16,119	4,773	5,600	5,987	5,060	3,203	9,720	3,438	637	4,522	1,806	
Skototerapi	9,095,434	1,693,437	925,672	676,280	657,530	593,640	479,749	418,925	249,945	173,822	218,615	224,196	
Toplam Cerrahi Olmayan Prosedürler	18,557,825	3,314,292	2,517,778	1,265,160	1,183,320	1,147,060	917,100	815,745	770,913	511,142	447,888	429,310	
Toplam Prosedürler													

Ülkeler (Top 25) Toplam Prosedürler(devam)

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	İspanya	Rusya	Kanada	Birleşik Krallık	Tayvan	Venezuela	Arjantin	Tayland	Yunanistan	Suudi Arabistan	Australya	Hollanda	Romanya
Yaklaşık Plastik Prosedür Sayısı	567	515	425	450	350	383	347	265	286	225	228	215	200
Gerekleştirilen Prosedürler													
Cerrahi													
Kam	8,754	8,075	10,723	7,007	5,891	10,104	8,678	4,367	4,484	3,809	4,824	3,309	3,086
Blefaroplasti	25,073	23,443	9,779	19,710	12,359	12,566	11,489	9,498	12,907	7,934	6,810	9,901	8,708
Meme biyütlme	28,787	26,347	24,650	22,667	9,744	21,456	19,286	7,894	14,300	6,298	15,798	10,909	10,008
Meme dikleştirme	10,178	8,951	8,504	7,925	3,455	7,668	6,982	2,682	5,051	2,237	2,250	3,752	3,516
Meme küçültme (kadın)	10,257	9,301	7,850	8,312	4,806	7,017	6,173	3,551	5,107	3,107	6,001	3,864	3,590
Popo biyütlme	420	366	1,483	311	690	3,761	3,303	538	209	448	59	155	140
Popo kaldırma	516	479	497	428	340	563	493	262	275	218	221	202	192
Yanak implantları	663	500	302	423	595	563	576	466	312	387	595	204	192
Çene biyütlme	1,355	1,257	1,551	954	1,159	1,616	1,610	951	652	740	736	469	436
Yüz gerdirme	7,853	7,519	6,180	6,372	3,420	5,573	5,354	2,605	4,233	2,205	3,862	3,137	2,772
Alın germe	1,639	1,612	2,278	1,296	1,211	2,198	1,846	928	789	772	1,265	641	560
Jinekoplasti tedavisi (erkek meme küçültme)	4,292	3,842	2,431	3,416	3,283	2,424	2,210	2,419	2,196	2,117	1,655	1,580	1,512
Saç ekimi	635	510	196	441	1,992	532	579	1,505	323	1,287	0	215	204
Dudak biyütlme	3,827	3,554	2,040	2,903	2,912	2,911	2,832	2,131	1,865	1,886	1,236	1,430	1,420
Lipoplasti	25,027	22,984	27,306	19,562	23,583	35,562	31,081	17,302	12,896	15,246	5,515	9,645	9,000
Alt vitcu kaldırma	1,565	1,396	816	1,233	427	850	770	326	775	277	809	578	542
Kepçe	5,647	5,227	1,879	4,455	2,716	3,037	2,814	2,027	2,894	1,755	1,810	2,144	2,008
Burun estetiği	9,526	9,291	6,175	7,385	21,935	8,924	8,266	16,348	4,796	14,166	5,686	3,492	3,362
Uyuk kaldırma	1,435	1,334	765	1,188	690	873	756	509	749	448	698	557	522
Üst kol kaldırma	1,627	1,494	1,364	1,359	858	1,026	916	631	844	556	803	634	582
Vajinal gençleştirme	1,383	1,375	395	1,125	648	1,371	1,124	477	752	419	727	542	502
Toplam Cerrahi Prosedürler	150,459	138,854	117,164	118,467	102,708	130,595	117,140	77,417	76,471	66,310	61,364	57,358	52,854
Cerrahi Olmayan Prosedürler													
Enjekte Edilen													
Orolog yağ	12,247	12,345	8,742	9,770	10,325	12,915	11,753	7,062	6,283	6,302	1,288	4,616	4,492
Botulinum Toksin Tip A (Botox Dysport)	50,395	44,202	55,871	37,692	39,463	23,539	21,764	29,134	26,352	25,160	33,751	18,352	17,106
Kalsiyum hidroksilapatit	3,260	2,663	4,254	2,309	977	318	441	689	1,456	617	52	1,146	1,036
Hyaluronik asit	51,915	45,063	31,140	38,111	26,593	12,559	12,895	19,263	28,171	16,679	24,072	18,387	17,502
Yüz Gençleştirme													
Kimyasal soyuma	4,406	3,641	2,886	3,105	3,647	3,409	2,943	2,639	2,271	2,360	1,794	1,507	1,424
Dermabrazon	1,905	1,967	990	1,427	1,785	1,203	947	1,280	1,027	1,141	347	694	648
IPL Lazer Tedavisi	7,740	6,839	6,817	6,872	8,439	5,619	5,680	5,594	4,382	5,006	12,649	2,763	2,604
Lazer Cilt Yenileyici	2,863	2,596	1,789	2,255	2,688	2,394	2,179	1,911	1,630	1,708	456	1,038	978
Mikrodermabrazon	3,016	2,781	7,914	2,372	4,095	3,826	3,841	2,960	2,214	2,651	148	1,148	1,082
Noninvasiv sıkma	3,566	2,853	4,433	2,552	3,861	3,098	3,081	2,724	1,802	2,421	337	1,200	1,130
Diğer													
Lazer destekli lipoplasti	567	458	3,965	396	2,041	1,333	1,280	1,484	277	1,321	0	191	214
Lazer epilasyon	8,239	6,226	8,815	6,674	13,244	9,211	9,848	9,543	4,284	8,541	3,678	2,610	2,586
Penis biyütlme	788	860	17	630	242	138	59	209	592	158	0	307	298
Skleroterapi	3,283	3,234	927	2,484	1,012	287	243	713	1,790	639	89	1,202	1,132
Toplam Cerrahi Olmayan Prosedürler	154,190	135,728	138,559	116,645	118,409	79,848	76,954	85,205	82,531	74,702	78,662	55,163	52,232
Toplam Prosedürler	304,649	274,583	255,723	235,112	221,116	210,443	194,094	162,623	159,002	141,012	140,026	112,520	105,086

Kaynak: International Survey on Aesthetic/Cosmetic (ISAPS) Procedures Performed in 2010. (Erişim: <http://www.isaps.org/files/html-contents/ISAPS-Procedures-Study-Results-2011.pdf> , 2011)

Adeta yaşamlarının tek amacı sadece güzelleşmekmiş gibi bedenleriyle takıntılı ve parçalanmış bir ilişkiye giren, sonra da bunu sözde rasyonel bir yaklaşımla sürekli olarak cerrahi yöntemlerle iyileştirmeye çalışan kadınların tüketim nesnesine dönüşmelerine tanık olan biri olarak, endüstrilerin ve dolayısıyla politik iktidarın varlığına dikkat çekmeye çalıştım. Güzellik düşkünlüğü, takıntısı ya da endişesinin modeller, kraliçeler, moda ikonları, sanatçılar ya da ünlülerin hepsini kapsadığı gibi bir iddiam olmadığı gibi, güzellik saplantısına, bizlere özenen kişilerde daha çok rastladığımı da belirtmek istiyorum. Tam da bu noktada modellerin ya da takipçilerinin çoğu zaman farkında olmadan güttüğü kusursuz güzellik çabasında, güzellik endüstrisinin politikalarına direnç göstermenin zorluğunu da eklemek gerekiyor.

Ünlü olsun ya da olmasın kadının “beden”, erkeğin “akıl” olarak özdeşleştirildiği (Ortner, [1996] 2004) kültürel değerler o kadar içselleştirilmiştir ki, kozmetik/estetik cerrahi dahi bu beklentileri karşılayan bir alan olarak hizmet verebilmektedir. Çünkü kozmetik/estetik cerrahiye kadının “bedenini”, erkeğinse “yeteneğini ve gücünü” fazla önemseydiği “kültürel fanteziler”in ayakta tuttuğu iddia edilmektedir (Blum, 2003: 82). Üstelik sahip olduklarına inandıkları imajlarını korumak adına kadınlar, güzellik endüstrisinin “meta”sına dönüşmektedirler. Cerrahi çözümler bize idealize edilmiş bir öz-imaja/benlik imajına tutunmamızı sağlayabilmektedir; yani “*modern yollarla kendimizi yaratmayı ve yeniden yaratmamızı*” (Haiken, 1999:15) mümkün kılabilmektedir. Küçük memesi, kemikli burnu, yağ fazlalığı hatta kısa boyu olanlar için beden, heykel gibi yontulurken, güzellik hiyerarşisinin yarattığı psikolojik baskılar da geçici olarak giderilmiş olur. Acaba gerçekte böyle midir?

Görünümünden rahatsızlık duyan kadınların kozmetik/estetik cerrahiye başvurmalarıyla özsaygı arasında doğrusal (nedensel) bir ilişki söz konusudur. Güzelliğe dayanan sosyalleşme, günümüzdeki güzellik kalıplarının zararları ve değişme arzusunu inceleyen, 2005 yılı (2006’da yayınlanan) “Dove Araştırması” (10 ülkede, 15-64 yaşları arasındaki 3.300 kadın üzerinde) bulgularına göre:

- Güzellik idealleri karşısında en kırılgan ve özsaygılarını en kolay yitiren genç kızlardır. 10 kızdan 7’si (15-17) görünümünden hoşnutsuz ve güven eksikliği yüzünden yaşama katılma isteği duymamaktadır.
- Genç kızların (15-17) hemen hemen dörtte biri görünümünü daha fazla güzelleştirmek için gelecekte estetik ameliyat ya da kozmetik bir müdahale yaptırabileceğini açıklamaktadır.

- Çoğunlukla ileride estetik ameliyat ya da kozmetik müdahale yaptırtacak olanların oranının en yüksek olduğu ülkeler Brezilya, Arjantin ve Meksika gibi Latin ülkeleri ve Suudi Arabistan'dır.
- Araştırma yapılan ülkeler bazında görünümlelerinden en az memnun olan ve özsaygıları en düşük olan Japon kadınları, kendilerini kötü hissetmelerini, fiziksel mükemmeliyetten uzak olmanın yanı sıra insan olarak toplumun genel anlamda beklentilerine erişmek konusundaki başarısızlıklarına da bağlamaktadır.
- Asya'daki kadınlar (15-64) özsaygı ile kabul görme arasında güçlü bir bağlantı sergilemektedir. Bu da toplum ve aidiyet üzerinde odaklanarak kültürel olarak aynı doğrultuya gelmelerini sağlamaktadır.
- Suudi Arabistan'daki kadınlar, özsaygı ile sevilme/arzu edilme arasında doğrudan bir bağlantı sergilemektedir. Bu da rolleri ile ilgili toplumsal beklentileri ve aile yaşamına verilen önemi yansıtmaktadır.
- Almanya'da, kadınlar özsaygıları ile sağlıkları arasında, araştırma yapılan diğer ülkelerdeki kadınlara oranla, çok daha güçlü bir bağlantı sergiliyor.
- Yüz kadından sadece onu, kiloları ve bedenlerinin şekilleri konusunda kaygılı olmadıklarını ifade etmiştir. Büyük çoğunluk için bedeni konusunda endişelenmek günlük yaşantılarının bir parçasıdır (15-64 yaş arası 10 kadından dördü rejim yapmaktadır).
- Ayrıca, her on kadından (15-64) biri, görüntüsü nedeniyle kendini kötü hissetmesinden dolayı doktora gitmekten kaçınarak sağlığını tehlikeye atmaktadır ([2005] 2006:19-37).

15-17 yaş arasında başlayan güzellik ve beden imajına yönelik endişenin giderilmesi veya arttırılmasında birincil etken anne olarak gösterilirken, buradaki en ufak bir başarısızlık arka bahçedeki tuzağın büyüklüğüne işaret etmektedir. Kaygı yapay ya da kurgusal olsun tüm sağlıksız koşullar güzellik endüstrinin kâr mekanizmasına bağlıdır. Bugün kozmetik/estetik cerrahiden, depresyon gideren alternatif ilaçlara, alışveriş merkezlerinden, yoga kamplarına kadar pek çok şeyin bir bütünlük içinde kadının “mutluluğu” için çalıştığı iddia edilmektedir. Bu konuda yaşadığım pratik 20’li yaşlara dayanmaktadır. O yıllarda özgüven ve özsaygı konusunda, oynak bir terazinin iki kutbu gibi dengeyi bulmakta zorlandıkça, ben de bu mutluluk reçetelerine başvurmuştum. Yaşamımdaki en büyük özgüven eksikliğini, burnumdaki kemer sebebiyle yaşadım diyebilirim. Ameliyat kararımın arka planında, doktorun basketbol maçı sırasında yediğim darbeler yüzünden burnumun kırık olduğunu söylemesi değil, güzelleşme isteği yatmaktaydı. Modellik yapmasaydım da, ameliyat olurdum sanıyorum.

Bölmelere ayrılan ve hemen her parçası güzellik endüstrisinin farklı bir kolunda değerlendirilen kadın bedeninde kusurlu bölgeler için adres kozmetik/estetik cerrahidir. Bunun için dergi, televizyon, ve gazeteler çözüm önerileri sunar. Bedenini güzelleştirerek kendini keşfedeceğine ve doyuma ulaşacağına inandırılan kadın, hemen kozmetik ürünlere

veya cerrahiye başvurur. Haz almak, değerlerini yüceltmek, statüsünü belirlemek ya da güncellemek amaçlarından biri veya bir kaçını için tüketim nesnesine dönüşen bedene, sürekli başkalarının gözüyle değer biçilir. Kendisini yaşam boyu bir güzellik yarışmasının içinde tutan kadın, jüriden puan toplarcasına güzelliğini sergilemek ve her daim rakiplerinden üstün olmak gerekliliğini hisseder. Bu, tam da güzellik hiyerarşisi denilen şeydir ve beden çift yönlü, gerilim ve haz üreten bir yapıya dönüşmektedir.

Myra Macdonald, sağlık ve *fitness*, “iyi hisset” gibi pozitif terminolojinin kullanıldığı ve moda kıyafetlerin giyilebilmesi sağlayan başka bir endüstriden söz eder. Bu, moda endüstrisinin destek olduğu “diyet endüstrisi”dir. Yazar, post-feminist kadınlara yönelik söylemleri eleştirir; “iyi hissetmek” için gerekli olan “kariyer, seksüel yaşam ve görünüm”, çalışarak ve sadakatle elde edebilen şeylerdir. İş dışında kalan zamanlarda moda ve kozmetik, yeni özgürlükler sunar. Kısacası Macdonald, modernizmden post-modernizme gibi sosyal değişim süreçleri içinde kadınlık rolleri ve kendinlik-algısının, endüstriyel pazar stratejilerinden etkilendiğine dikkat çeker ve “süper kadın”ın “süper yaşam” amacı gibi sunulan ideal kadın imajlarını irdeler (MacDonald, 1995:200-204). Benliğini tamamlayabilme umuduyla imajların peşinde koşan ve tüketime malzeme olan kimi kadınlar, bu süreç içinde farkındalıklarını da yitirirler.

Sonunda bu baskılardan kurtulmanın çaresi (!) de yine güzellik endüstrisi tarafından getirilir. Moda, medya, diyet ve kozmetik/estetik endüstrisinin yıllarca sattığı zayıflık imajına ve tombul kadınların arzulanmayacağı düşüncesine tepki olarak, 2009 yılında “Balıketi Moda Haftası”³⁶ başlatıldı. Beth Ditto’nun stil ikonu seçilmesi, Marc Jacobs’un büyük beden tasarlamaya başlaması veya Glamour Dergisi’nin kapağında Lizzie Miller’in göbeğini sergilemesi gibi moda odaklı stratejilerin kadınları mutlu etmekten öte, tüketimi şişmanlatacağı yorumlandı (Tokbay, Cumhuriyet Pazar, 2010). Tüm dünyayı kasıp kavuran bir “44 beden kadın modası” yaratılır mı bilinmez, ama kadınların çoğunluğunun artı kilolarla yaşadığı bir dünyada “olmayana ulaşmak” ya da ideale sahip olmak cazibesini korumaktadır. Günümüz “kadın ideali”, cinsel bir bedene sahiptir, ama kaçımız öyledir? Bu ideal kadın, dinç, ateşli, sağlam, sağlıklı bedeniyle cinsellik simgesidir, ama bu kendi cinselliği üzerinde denetime sahip bir kadının bedeni değildir (Coward, 1997:45):

“İmge cinselliği” hâlâ bir erkeğin etkin cinselliğine yanıt olan son derece cinselleştirilmiş bir dişiye aittir. Ancak bu imge kadınları

³⁶ Full Figured Fashion Week.

olanaksız ideallere bağlayıp, onları mutsuz ederek yaşamlarındaki varlığını nasıl sürdürüyor? Kadınların bu ideale ilgisini korumanın en önemli mekanizması belki de bu idealin şişmanlık ve ete yönelik tiksinti üzerine inşa edilmesidir. Şişmanlık ve ete karşı savaş son derece duygusal bir dille yapılıyor. Hatta bıçak altına yatan gerçek bedendeki fazlalık değil, daha çok fotoğraflardaki fazla yağlar yok ediliyor. Kadınların bedenlerine karşı duyduğu parçalanmışlık hissi, nefrete dönüştüğünde patolojik bir hal alıyor. Kadın kendi bedeniyle mazoşistçe ya da cezalandırıcı bir ilişkiye girmesini neden olabiliyor (...). Kadınların çoğu ideal imgeyle iki anlamlı bir ilişki sürdürüyor, -tamamen redde pek rastlanmıyor- kendini dönüştürme fantezileri yayılıyor. Bedenin parçalanması sonucunda kadınların çoğu bedenlerinin bazı bölümlerine değer biçiyor: gözler, saçlar, dişler vb... (Coward, 1997:49).

Bedenlerdeki parçalanmışlık hissinin, bölünmüş benliğe yol açtığı durumlarda kusurlu bölgelerin belirlenmesi de kolaylaşmaktadır. Zaten toplumsal çevre, kişinin kendisinden önce bunu dile getirmektedir. Doktor tavsiyeleri, güzellik sırları, kozmetik mucizeler önerilir. Modellik mesleğine başladığım ilk yıllarda kendimi, idealimdeki imge ile kıyasladığım zamanlar çok olmuştur. Bacaklarıma ve dişlerime üstün bir değer verdiğim bedenimde, kusurlu bulduğum bölgeler için kozmetik/estetik cerrahiye başvurduğumu daha önce dile getirmiştım. Yaşamım boyunca kilo almak gibi bir sorunum olmamasına rağmen, zayıflık zihnimde ideal bir ölçü olarak sabittir.

Türkiye’de ideal kadın imgesi küresel medyada sunulan moda ve tüketim kalıplarının peşinden gider. Deniz Kandiyoti (1997) çağdaş Türkiye’de giyim tarzları, makyaj ve beden duruşlarıyla işaret edilen kadınlık ifadelerinin “modern kadınlık” imgeleri kadar, toplumsal konumun yerel üslubunu ve ideolojik tercihleri de gösterdiğini dile getirmektedir. Kadın kimliğinin moda ve tüketim tarzlarıyla ifade edilen çok yönlü kalıpların aracılığına maruz kaldığını açıklamaktadır. Burada tüketimi ortak kullanım olarak vermekle birlikte, onu kullanım biçiminden doğan ayrışmalara da dikkat çekmektedir. Şehre gelmiş kırsal kökenli bir kadınla İslamcı kız kardeşini ya da gecekondü bölgesinden bir boya sarışınıyla modaya uygun, sade giyimli üniversite öğrencisini birbirinden ayırt etmekte zorlanılmayacağını yazar. Kandiyoti için bunlar moderne farklı katılış tarzlarını temsil etmektedirler. “Geleneksel ve modernlik”³⁷ nitelemelerini, “ideal

³⁷ Geleneksel-modern karşıtlığını farklı bir bakış açısıyla değerlendiren Prof. Dr. Nadim Macit’e göre özneyi, geleneksel-modernist gibi felsefi temelden yoksun, ancak yaygın kavramlarla anlamlandırmak problematiktir. Çünkü bir bilgi modeli olarak gelenekçilik; modern bir görüngüdür ve yazar, bunun ötekine göre belirlendiğinin altını çizerek. Karşıtlığa konumlanmış bir görüngünün, karşısındakine göre anlam kazandığını hatırlatır (Macit, 2006:404).

toplum” konusundaki farklı görüşler yüzünden çıkan siyasal mücadelenin parçası olmaya devam etmeleri bağlamında eleştirir (Kandiyoti, [1997] 2007:240).

Özetle güzellik endüstrisinin kadın bedenini, ideal güzellik kalıplarına soktuğu ve tüketime yönlendirdiği söylenebilir. Modeller, kraliçeler, moda ikonları, artistler ve ünlü (*celebrity*) kadınlar da, kültürel anlamlar taşıyan birer simge olarak ataerkil sistemin kadından beklediği kadınlık rollerini ve kimliğini bir ritüel gibi tekrarlamaktadırlar. Onlardan izleyiciye ulaşan mesajlar ve zaten kültürel yapılarca da desteklendiği düşünülen ataerkil politikalarla birlikte cinsiyet ve toplumsal cinsiyet rolleri de sağlamlaşmaktadır. Güzellik, ün, zenginlik, modaya uygunluk gibi tüm statülerin tüketimle sağlanabileceğine olan inanç, kapitalist ideolojilerin hâkimiyetini göstermektedir. Bu noktada kapitalist tüketim ekonomisinin başarısında bir başka kültürel üretim alanı olan medyanın rolü de unutulmamalıdır. Güzellik dâhil bütün pazarlama faaliyetlerinde medya ile kurulan işbirliği çok önemlidir. Bu bağlamda bir pazarlama ürünü olarak değerlendirilen kadın bedeninin, medyada kültürel, ideolojik ya da politik nedenlerden dolayı yer bulması bir dizi iletişim stratejisini kapsamaktadır. Gelişmiş toplumlarda medyanın ideal güzellik yaratım süreci ve güzelliğe olan tutkusu bir sonraki bölümde incelenecektir.

2.3. Medyada Güzellik ve Kadın Temsili

2.3.1. Medyada “Güzellik ve Kadın Temsili”ne Genel Bakış

Resim ve heykel sanatından, fotoğrafa uzanan güzellik ve kadın bedeninin nesneleşmesi araştırmasında, gerek fotoğrafların kullanımı, gerekse haber içeriği açısından medya önemli bir rol oynar. Kadınların medyada akıl değerlerinden ziyade, görünümüyle yer aldığını, haber programlarındaki erkek egemenliğiyle ya da reklamlarda sık sık karşılaşılan genç ve güzel kadınların çokluğuyla açıklamak mümkün olsa da, medyada kadın temsili nasıl ve ne amaçla kurgulandığını görmek, nesneleşme sürecinde ataerki, kapitalizm ve medya üçgeninin ortak eylem ve söylemlerini anlamlı kılacaktır. Ataerki ve kapitalist ideolojilerin güç birliği altında egemen iktidarın güdümündeki medya yapılanmasını ve medyadan yayılan iletileri araştırmak, kadının toplumsal konumunu göstermeye de yardımcı olacaktır. Kısacası kadının tüketim nesnesine dönüşmesinde medyanın işlevi tartışılacaktır.

Medya nedir ve bu iletiler nasıl oluşturulur? “İletişim”³⁸, *insanın türsel bir özelliği olan toplumsallaşırılığının bir yansıması*” şeklinde tanımlanmaktadır (Oskay, 2000:310). Kitle iletişimi terimi ise, kamuya, kitlelere yönelik ileti üretimi ve dağıtımının kurumsallaşmış biçimlerini anlatmaktadır; geniş ölçüde işlev gören kitle iletişimi büyük çapta işbölümü, basım, film, bant kaydı ve fotoğraf gibi karmaşık araçları içermektedir (Usluata, 1995:73). Bilginin, kitlelere iletilmesini, paylaşımını ya da dağıtımını sağlayan kitle iletişim araçlarının tümü olan medya/*media*, tekil anlamda mecra/*medium* kelimesiyle ifade edilir.

Kitle iletişim araçları insanları eğitmek, bilgilendirmek işlevinin yanı sıra aynı zamanda, küresel sermayenin kapitalist pazar ilişkilerine dönük yapısını destekleyen yayınlar yaparak kitleleri yönlendirmek işlevine sahiptir (Akyol, 2010:187). “Araç, mesajdır!”³⁹ kuramının yaratıcısı Marshall McLuhan’a göre (1964), sözcük, giysi, ev, araba, telgraf, telefon, sinema vb. gibi araçlar “mesaj” anlamına gelen ortak iletilerdir. Ancak araç, yalnızca mesajın taşıyıcısı rolünü üstlenmez, insanların düşünce yapılarını ve algılayışlarını da değiştirir. McLuhan özellikle televizyon gibi iletişim teknolojileri sayesinde, dünyanın, insanların her şeyi, aynı anda öğrendiği küresel bir köye dönüştüğünü öne sürer. Ancak “Global Köy” tezinde iletişime olan övgü çok eleştirilir; çünkü dünya, modern uydu iletişimi ve kapitalist üretim biçimindeki etkiler sonucu çok uluslu firmaların hâkim olduğu bir köye dönüşmüştür (Altay, [2003] 2005:15-18).

McLuhan, teknolojinin, dört duyu organın bir uzantısı olduğunu ve beynimizin biri görsel ya da Öklid’e özgü uzamla, diğeri akustik uzamla ilişkilendirilen iki ayrı küreye bölündüğünü vurgular. Öklidyen yapımın denetlenebilir, akustik; yani işitsel uzamın “merkez”inin ise her yerde olduğunu belirtir. Matbaanın bulunmasıyla duyular arasında bir kopuş yaşanmıştır, çünkü Batılı insan görsel dünyaya yönelmiştir. Oysa McLuhan’ın tanımladığı şekliyle kulak dünyası sıcak; göz, görece soğuk, tarafsız bir dünyadır. Ona göre, fonetik yazıdan başka hiçbir yazı çeşidi insanı topyekûn karşılıklı bağımlılığın ve ilişkilerin sahiplenici dünyasının; yani işitsel ağına dışına taşımamıştır. Hatta bunun

³⁸ İletişim, Latince *communis* kelimesinden türetilmiş *communication* kavramının karşılığı olarak kullanılmaktadır. Birey ile bireyler arasında yapılan anlam yüklü simgeler gönderimi, alımı, işlemi, yeniden-gönderimi, yeniden-alımı, ve yeniden-işlemi, vb. süreci olarak ifade edilen iletişim terimi, *communication* sözünün temelindeki toplumsallaşma anlamını ifade edememektedir. Oysa Latince anlamı, *communa, de communis, communicare* gibi kelimelerden anlaşılacağı gibi, bir ortaklığı, birlikteliği, toplumsallaşmış olmayı kapsamakta, dolayısıyla iletişimi hem bireyler arasında bir süreç, hem de bunlar aracılığıyla, toplumsal düzeyde bir süreç olarak ifade edebilmektedir (Oskay, 2000:310).

³⁹ *The medium is the message!*

insanları yalnızlığa itmenin dışında “şizofren”leştirdiğini iddia eder: “*Bir kültürün içinden ya da dışından bir teknoloji başlatılır ve bu teknoloji duyularımızdan birine veya diğerine yeni bir vurgu ya da üstünlük verirse, bütün duyularımız arasındaki oran değişir. Artık ne eskiden hissettiğimizin aynısını hissederiz, ne de gözlerimiz ve kulaklarımız ve öteki duyularımız aynı kalır*” (McLuhan, 2001:38; Aktaran Altay, [2003] 2005:46-51). Algılarımız bu şekilde değişmekte/değiştirilmektedir.

Kitle iletişim araçlarından iletilen mesajların alımlama sürecini incelemek, medyanın insanlar üzerinde psikolojik ve sosyolojik etkilerini görmek açısından önemlidir. Alımlama hem bireysel, hem de kolektif deneyimlerin ve gündelik yaşam pratiklerinin süzgecinden geçerek, ya da daha doğrusu onlara eklemlenerek oluşan bir süreçtir (Tanrıöver, 2003:64). Televizyon sosyalleşme, özdeşleşme ya da eğlence aracı olduğu kadar egemen yapıları meşru kılar, cinsiyet kalıplarını biçimlendirir. TV ekranı, tiyatro gibi, görsel ile duyusalı birleştirir, ama ılıştırmaz, soğutur.

Genel akışı içinde farklı program türleri sunarak dünyayı eve taşıyan televizyon, özellikle kadınları gerçek dünyadan soyutlar. Dahası, bir yandan aynı üretim sürdürülürken; öte yandan, onun negatif yanına vurgu yapılarak, izleyici açmaza ve özgüven kaybına sürüklediği dile getirilir. Örneğin magazin programları yoğun bir biçimde üretilirken, diğer yanda bu programların bayağı, niteliksiz ve onu seyredenlerin düzeysiz olduğu fikri yayılır. Yine aynı biçimde, tüketim ekonomisinin çarkını çeviren televizyon söylemi, aynı zamanda da tüketime zaten ulaşamayacak olan kitlelerin mevcut “ulaşamama” durumunun süregitmesine hem doğrudan, hem de dolaylı katkıda bulunur (Tanrıöver, 2003:72-73). Başka bir anlatımla tüketime alet olur!

Elemér Hankiss de bu düşüncayı desteklercesine *Ölümsüzlüğün Dişmacunu* (*The Toothpaste of Immortality* - 2006) adlı kitabında, insanların her gün kendilerini yeniden yapılandırmada bedenın büyük bir rol oynadığından; belki de bütün bu çabaların sonucunda daha çok kırılanlaştığımızdan, bu kırılanlığınsa takıntılarımızın nedeni olabileceğinden söz eder. Bilinmeyen düşler dünyasından, gerçek dünyaya uyandığımız sabahlarda, kimliğin düzenlemesi için çok az zamanın olduğuna değinen Hankiss, kendimizi, beden aracılığıyla nasıl gerçekleştirdiğimizi anlatır. Sabahları içilen ilk sigara veya kahvenin dünyaya ait, güven veren bir his yarattığını, düşün, bedeni yenilediğini ve diş macununun güzelleştirici ve gençleştirici etkisini betimler. Yazar, çağdaş tüketim uygarlığında çabalamadan güçlü ve daha güzel bir beden elde edilebildiğini ve buna

herkesin ulaşabileceğini söyler (Hankiss, 2006:22-31), çünkü tüm sorunlara çözüm sunan reklamlar vardır.

Medyada kadının temsil edilişi hangi yöndedir? Gencel-Bek ve Binark (2000) temsilin negatif olduğunu, medyanın; cinsiyetçi (*sexist*) ve eşitsiz toplumsal ilişkileri yeniden üreterek, yaygın bir biçimde dolaşıma sürdüğünü dile getirirler. Medyanın kadınlık durumuna ilişkin kurgulamasının ne şekilde işlediği ve bu kurgular aracılığıyla egemen tanımlamaların yani kadınların eşitsiz konumlarının nasıl yeniden üretildiği şu sözlerle açıklarlar:

Medya, kadınları öncelikle “bedene” indirgemekte ve kadınları bedenleri üzerinden sömürmektedir. Farklı kadınlık durumu ve yaşamları medya metinlerinde temsil edilmemekte, medya metinlerinde kadın çoğu zaman basmakalıp iki tiplere içerisine sıkıştırılmaktadır: “ya fettan ve kötü kadın ya da anne ve iyi eş olarak kadın!” Toplumsal dinamiklere koşut olarak kadının yaşamındaki değişimler ve yeni sorunlar medya metinlerinde ihmal edilmektedir (Gencel-Bek & Binark, 2000:3).

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesinden Prof. Dr. Nurhan Tosun (2004) “Medyadaki Kadın İmajı” incelemesinde üç farklı kadın tipinden söz eder: “Geleneksel değer yargılarıyla bezenmiş mükemmel eş kendini çocukların adamış bir anne ve kadını cinsel egemen özelliklerin olduğu çekici kadın”. Tosun, daha sonra ortaya çıkan “mükemmel kadın” imajının yer etmesi için yeni bir kimlik yüklemesi yapıldığından bahseder. Reklamlarda gösterilen bu yeni kadın hem iyi bir eş ve anne, hem de ince, güzel ve çekici hale getirilmiştir (Tosun, 2004:128-129). Böylece kadın tüketicilerin hayalindeki kadın ile erkeklerin beğendiği kadın tipinin aynı reklam mesajında bulmak mümkün olmuştur.

Tüketenin de, tüketilenin de kadın olduğu medya ortamında, reklam söylemleri doğal, sağlıklı, güzel veya formda olmanın sırlarıyla doludur. Şampuan ve sabun reklamlarında ürünlerin niteliği kadar, ideal kadın imgesi pekiştirilirken; dondurma reklamlarında kadın bedeni erkeğin zevkine sunulan cinsel objeye indirgenir; küçük kaçamaklar meşrulaştırılır (Gencel-Bek & Binark, 2000:9-11). Örneğin Algida reklamlarında kadınların yakın çekim planlarda parmaklarını ağızlarına götürürken, davetkâr bakışlarıyla erkekler için cinsel bir fantezi olan “oral sekse” çağrışım yapıldığı ve bu süreçte kadın bedeninin tüketildiği ve tüketime sokulduğu yorumlanmaktadır:

Yalnızca reklamlarda değil, magazin programlarında da gerçek yaşamdaki sıradan kadınlara, kendilerinin erişemeyeceği

elbiselere, saç ve yüz bakımına erişme olanağı sunulur. Erkeklerin cinsel fantezileri de, metinler arası, satırlar arasında reklamlardan haberlere, dizilerden magazin programlarına kadar dolaşıma sokulur.

Bu tarz programlarda yapılan cinsel özgürlüğün savunulması ya da tartışılması değil, erkek egemen değerler içerisinde cinselliğin pazarlanması, ticari metaya dönüştürülmesi, sömürülmesi, kadın ve erkek arasındaki eşitsizliklerin pekiştirilmesidir. (...)

Her metin bir diğeriyle ilişkilidir. Bir metinden mesajlar yayılır ve tüm diğeri metinler üzerinde bir etki yaratır. Cinsiyetçilik de böyledir, gündelik hayattan bir medya programına, oradan da bir başka medya programına yayılır. Örneğin, Okan Bayülgen programında, 'Köylü Güzeli Yürek Hoplatıyor' başlıklı Televole görüntüsünü, sözde analizle tekrar ekrana taşır. Burada şarkıcı konunun Televoleciler tarafından hamamda "basılması" olayı ve kadının bedeninin yakın çekimlerle teşhiri konu edilir. Bayülgen, müstehcen bir görüntüyü eleştiriyor gibi davranırken bu görüntüleri yeniden kullanarak, aslında aynı şeyi yapar ve kendi programının izlenirliğini ["rating"]ı artırır (Gencel-Bek & Binark, 2000:9-12).

Hankiss, "ideal kadın" kavramı yerine mit sözcüğünü kullanarak, medyanın kendi mitini yarattığını ileri sürer. Bu amaçla incelediği 100 dergi arasından 1999 yılı Vanity Fair Dergisi'nde Charlize Theron'un beyaz, seksi, güzel, heykel gibi bedeniyle "Venüs" gibi sunulduğunu örnekler. Dergilerdeki "ünlü"ler, peri masalından çıkmış, başka bir dünyadan gelmiş gibi büyüldür. Ancak Hankiss, bu örnekleri dünyada onlar gibi olmak isteyen milyonlarca gencin davranışlarına şekil verdiği için eleştirir ve asıl amacın tüketimi artırmak olduğunu açıklar. Ayrıca kitle kültürü, medya, popüler magazin, reklam ve Hollywood'un gücünün normal insanları star, *celebrity*, Tanrı veya Tanrıçaya dönüştürebildiğini anlatır. Bunların, insanın yaşamda özlemini duyduğu güzellik, sağlık, güç, zenginlik, başarı, şöret, yetenek, yüksek performans, zevk, heyecan, anlamlı bir yaşam ve ölüme karşı zafer gibi duyguları özetlediğini ifade eder (Hankiss, 2006:248). Kültürün doğasında idealleştirmek eğilimi vardır ve bu idealler gençlere satılmaktadır. Medya, süper kahramanlar yaratıp rüyaları güne taşır.

Popüler medya, cinsellikten aktif zevk alan kadınları halka sunarak/tanıtarak, seksologların bulgularının yayınlanmasına katkıda bulunur (MacDonald, 1995:189). Ancak bunu yaparken yine genç ve güzel kadın bedenleri ve onların ışıltılı yaşamlarını kullanır. Kadın cinselliğini fetişleştirir ve metalaştırır. Dergilerde güzel kadın bedenleriyle vurgulanan cinsellik, izleyiciyi kitle psikolojisine göre davranmaya teşvik eden, sinema alanında da kullanılır. Kernberg'e göre film, genital organları ve öteki beden parçalarını ve bu parçaların iç içe geçişini tasvir ederken onları yalıtma, abartma ve ayırma yetisiyle, insan bedenini idealleştirmek ya da fetişleştirmek için bir araçtır:

Sinemanın görsel ve işitsel özellikleri izleyicinin fantezide ödipal çiftin özel hayatına tecavüz ettiğini fark etmesini sağlar. Bu asal sahnenin sadistik ve dikizci bir ihlali olduğu kadar, tersine bakıldığında, teşhirci, mazoşist itkilerin ve bu itkilere bağlantılı homoseksüel ve heteroseksüel dürtülerin yansıtılmasıyla sağlanan bir doyumdur (Kernberg, [1995] 2003:234).

Cinsel nesnenin yerini alan şeyler, fetişizm bazı durumlarda patolojik bir durumu gösterecek kadar ileri boyutta olabilir. Freud, fetişizmi genellikle bedeninin cinsel bir amaca uygun olmayan bir bölümünün (saçlar, ayaklar gibi), onun cinse ilintili nesnelerle (toka, sütyen, kırmızı oje gibi) değiştirildiği durumlar olarak değerlendirir. Bu yerini almaları, ilksel insanların tanrısını canlandıran fetiş nesnesi ile kıyaslamaktadır. Hatta Freud normal aşkta, özellikle cinsel amaca varılamayacak ya da tatmin olunamayacak gibi görünen dönemde düzenli olarak fetişizm bulunduğunu iddia eder. İlk aşkın unutulmamasını, ilk göz ağrısını, fetişizmle ilintiler. Freud’a göre fetiş gereksinimi değişmez bir şekil aldığı ve normal amacın yerine geçtiği ya da fetiş belli bir kişiden koptuğu ve cinselliğin tek nesnesi olduğu andan itibaren patolojik bir durum (Freud, [1905] 1999:37-38) söz konusudur. Freud’dan yola çıkarak kadın dergilerinde davetkâr ve baştan çıkarıcı bakışların, aralık dudakların, yataktan yeni kalkmış hissi uyandıran dağınık saçların, birer fetiş nesneleri olarak uyarlandığı okunabilir. Model kimi zaman kendine dokunur, itaatkârlığını gülümseyerek gösterir ya da izleyicisine meydan okur, iki durumda da bedeni aracılığıyla kamerayla seviştiği izlenimi verir (Görsel 2.10). Kadın dergileri de erkek egemen bakış açısıyla pornografiye doğru kaydırılmıştır. Medya reklamlarda ciddi duran kadın resimleri bile sanki cinselliğe hazır bir bedenin mesajlarını iletmektedir. Tıpkı podyumun ucunda verilen seksi pozlarda olduğu gibi.



Görsel 2.10: Kate Moss. Modellik kariyerinin zirvesinde olduğu yıllarda sıklıkla çıplak (*nude*) poz veren ünlü modelin bu nü fotoğrafının, toplumsal baskı ya da tabulara bir başkaldırı olarak mı yoksa medya endüstrisinin kurallarına itaat eden ve köleliği çağrıştıran halatlara sarılmış bir kadın bedeni olarak mı algılandığı yorumsuzdur (Erişim: <http://www.internationalnewsagency.netfirms.com.people>, 2009).

Günümüz toplumsal koşullarıyla (fantazyia dünyası) ilişkili olan şiddet ve pornografi, TV programlarından aile dizilerine kadar yayılmış durumdadır. Ünsal Oskay, hem düz şiddetin, hem de pornografik şiddetin sinemada, gazete sütunlarında, haber bültenlerinde, çizgi filmlerde yer almasını, hatta tehlikesiz görülmesini çok yönlü toplumsal bir sorun olarak değerlendirir. Oskay, kitle iletişim araştırmalarında kadın deneklerden alınan yanıtlarda sözsöl saldırıgınlığın şiddete yönelik bir davranış olarak algılanmamasına dikkat çeker. Pornografinin, düz şiddet kadar bile sakıncalı sayılmamasını “*ideoloji içinde yaşayan kadın ve erkekler olarak, eşitsizliğe dayanan bir toplum yapısının gerektirdiği bir ideolojiyi, sadece cinsel boyutlu bir alan sayılan bu kültür alanında da, bilinçsizce, fakat etkinlikle ve birlikte üretebildiklerini kanıtlamaktadır*” sözleriyle açıklar (Oskay, 2000:392-398). Hal böyleyken Türkiye’de medyanın durumu bir alt başlık içinde ayrıca incelenmiştir.

2.3.2. Türkiye’deki Medyada Güzellik ve Kadın Temsili

Türkiye’de medyanın durumu liberal ekonominin kuralları ile ilintilidir. 1980’den sonra serbest piyasa ekonomisine geçiş ve dışa açılma sürecinin plansızlığı, askeri müdahale ve kriz gibi olumsuz bir ortamda yürürlüğe konan Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT)’lerin özelleştirilmesine yönelik politika ve uygulamalar Üçüncü Liberalizm Dönemi

olarak incelenmektedir (Delice & Yavilioğlu, 2010:291-309). Satış, kiralama, işletme hakkının verilmesi, mülkiyetin gayri ayni haklarının tesisi ve gelir ortaklığı özelleştirme yöntemleri içinden, ülkemizde 36.359 milyon dolar tutar olan özelleştirmelerin 34.066 milyon dolarlık (yaklaşık yüzde 94'lük) kısmında “satış” yöntemi kullanılmıştır (Delice & Yavilioğlu, 2010:338). Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığının araştırmasına göre, Türkiye’de haberleşme sektöründe 2003-2008 tarihleri arasında yüzde 98.16 oranında özelleştirme gerçekleşmiştir (Yavillioğlu, 2010:407). Türk medyasının özelleştirilmesi ve “satış”ın meşrulaştırılması tüketim olgusunu kitle iletişim araçlarına nüfus etmesini kolaylaştırmıştır. Yani liberal kapitalist sistem, hiyerarşik yapısı gereği insanları yukarıdan aşağıya tüketim ürünlerini, iletişim araçlarının gücüyle güdümlenmektedir (Macit, 2006:106).

Türkiye’de medya ve kadın ilişkisinde en güçlü yayın organı televizyon, ilk yayınına 1968 yılında devletin tekelinde ve tek koldan TRT ile başlamış, onu 1990’da özel kanallar izlemiştir. Türkiye’de televizyon yayıncılığının, vahşi kapitalizmin kuralsız ortamında, ticari, ekonomik, etik ya da estetik, hiçbir denetime (sınava) tâbi olmadan, tecimsel amaçlarla işletilen, ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde faaliyet gösteren pek çok birimden oluşan çok dinamik bir sektör olarak geliştiği yorumlanmaktadır (Akdoğan, [2001] 2004:79).

Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü’nün, “Popüler Kültür Ürünleri’nde Kadın İstihdamını Etkileyebilecek Ögeler” (2000) araştırmasına göre Türkiye’de, özel televizyon kurumlarının ve kanalların artmasıyla, nitelikli programlar yerine, en geniş kitlelere yayın yapan popüler programlar tercih edilmiştir. Bunun neden olarak toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel yapısı gösterilmektedir. Ortalama eğitim düzeyinin düşük oluşu, hızlı kentleşme ve göçler sonucu, kırdaki toplumsal konumlarını yitiren geniş bir kitle tarafından, “kentlilik” ve bunun gerektirdiği kültürel pratikler benimsenememiştir. Ayrıca Türkiye’de kitle iletişim araçlarıncı yayılan ve yaygınlaşan popüler kültür ürünlerinde geleneksel toplumsal cinsiyetçi bir yaklaşımdan dolayı kadın istihdamı olumsuz olarak etkilenmektedir (Kadın İstihdamını Geliştirme Projesi, 2000:15).

Aynı araştırmanın bulgularına göre, Türkiye’de genel olarak televizyon, toplumun geniş kesimi açısından önemli bir eğlence kaynağı konumundadır. Sinema ve tiyatroya gidemeyen, özellikle kadınlar tarafından en çok izlenen programın yerli diziler olduğu ifade edilir. Aile komedisi, durum komedisi ve melodram türlerinden biri gibi gözükten, ancak çoğunlukla birden fazla türde olabilen yerli dizilerin, genelde pembe dizilere

benzediği bulgulanmıştır. Bu noktada toplumsal düzlemdeki cinsiyetçi işbölümünün, kadın kahramanlar aracılığıyla yansıtıldığı bilgisine ulaşılır. Araştırmada, genelde erkek kahraman üzerine kurulu öykülerde, kadın kahramanların daha üst(ün) nitelikler sergilemesine karşın, yine de klasik cinsiyet rollerine uygun davrandığı dile getirilir. Bu dizilerde pek az mevcut olan toplumsal ya da kamu alanına ilişkin sorunlar ise daha çok erkek kahramana ait gösterilmektedir (Kadın İstihdamını Geliştirme Projesi, 2000:260-261).

Star TV’de gösterimde olan ve Türkiye’de en çok izlenen diziler arasında sayılan Muhteşem Yüzyıl dizisinde belki de en çok “Harem” temasıyla cinsiyet eşitsizliği öne çıkmaktadır. Padişahın güç göstergelerinden biri olan cinsellik, zengin kostümler ve pırlantalar içindeki genç ve güzel kadınların birleşme öncesi “etek öpme” töreni şeklinde sergilenir. Erkek çocuk doğuran kadının, gözdelik mertebesinde şehzade annesi konumuna taşınması ve kız çocuğu doğumunda yaşanan hayal kırıklığı ekrana yansıtılmaktadır. Osmanlı’da şehzade annesinin en yaşamsal işlevi oğlunun hayatta kalmasını sağlamaktır (Peirce, [1996] 2000:307). Tüm bunlar için “güzelliğin” arandığı ve sanki ancak “güzelse bir erkek tarafından seçileceği” mesajının verildiği dizide, daha güzel olsun diye seçilen Hürrem Sultan karakteri, aslına hiç benzememektedir. Oysa Prof. Dr. Filiz Özer’in anlatıma göre, Arapların haremiyle karıştırılmaması gereken, Osmanlı Harem’inde güzellik ve yetenekten de önemli olan sarayın kurallarını biliyor olmasıdır. Harem asıl amacıyla bu kuralların öğretildiği bir okul ve valide sultanların yetiştirildiği disiplinli bir kurumdur (İTÜ Taşlıkışla Kampüsü, 2011, yüz yüze görüşme notları). Bu kurallar Harem’de koşan, padişahın kucığında bayılan kadın imgesinin yazar, şair ya da ressamların hayal dünyası veya Hollywood yapımı filmlerden öteye gitmediğini düşündürmekte, hurilerle dolu bir cennet fantezisi sunması yoluyla kadınların nesneleşmesine vasıta olunmaktadır.

Burada sorulabilecek bir diğer soru da toplumsal cinsiyet rollerinin en katı biçimini yeniden üreten Muhteşem Yüzyıl dizisinin “cesur, akıllı, dinine düşkün, cinsel güce ve iktidara sahip ve çok eşli” bir “ideal erkek” tipini işaret edip, etmediğidir. Osmanlı hanedanının cariyelik ve odalık (köle) sistemini tercih etmesi ve üreme politikasını buna dayandırması İslami gelenekten gelmektedir. Haremin içyüzünü çoğul ve sıklıkla çelişkili olan harem temsillerinde, dini metinlerde ya da tarihsel pratiklerde aramaktansa, onu her şeyden önce toplumsal olarak inşa edilmiş, kısmen fiziksel, kısmen de düşsel bir yer olarak

kavramsallaştırarak, cinsiyetin üretim ve yeniden üretim süreçlerinde ne gibi bir işlev üstlendiğine odaklanmak daha verimli olabilir (Schick, 2011:183).

Dizide olduğu gibi Harem’de de cariyelerin sınıflandırılmasında güzellik ölçüt alınmıştır. Tarihte, pek güzel olmayan orta yaşlı cariyelerin çamaşır, külhan, kiler, sofras gibi hizmetler için alınmış olup, en güzelleri padişahın hizmetine, güzele yakın olanların ise şehzadeler dairesine gönderildiği (Uluçay, 1992:17) bilinmektedir. Süleyman’ın memnuniyet derecesine göre hediyelerle ödüllendirdiği kadınlar güzel olduğu kadar, kıskanç, hırslı ve haindirler. Medya yorumlarında ve günlük yaşamda cariyelerin köle olarak ülkelerinden zorla getirilmeleri, gözleri önünde ailelerinin linç edilmesine varıncaya kadar kullanılan şiddet unutulurken, erkek egemen ideolojiye uygun olarak, padişahın birinci kadını olmak için yarışan entrikacı kadınlar konuşulmakta, taraflar (Hürrem Sultancı-Mahidevran Sultancı) tutulmaktadır. Medyadaki haberlerde ise kadının aşağılanması (cinsiyet eşitsizliği) değil, Harem’in eleştirilmesi eleştirilmektedir.

Emperyalizmin sözlü ve yazılı basınında, göz alıcı sergilemelerle, standart bedenlerin ve yüzlerin yaratılarak sömürüldüğüne değinen Adnan Binyazar, oyuncularla, modellerle ve güzellik yarışmalarıyla standartlaşmış güzelliğin, insanın algılama gücünü körelttiğini; onu, sanal görüntülerin kölesi kıldığını savunur. David Hume’un “*Güzellik, şeylerin kendinde var olan bir nitelik değil, onları düşünen zihinde var olan bir şeydir*” deyişini aktararak, güzelliğin algılanma alanını genişletir (Binyazar, 2010:9). Medyada, modada, kamu alanında ya da evde, yaşamın neresinde olursa olsun kadın güzelliğini anlamlı kılan, bedenin görünümünde değil, bakış açısında yatmaktadır. Bölüm sonunu San Jeronimo’nun “*Güzellik, fazla süslendiğinde kaybolur*”, sözüyle bağlarken, bir sonraki başlıkta gittikçe sağlıktan uzaklaşan hiyerarşik güzellik anlayışının ne gibi hastalıklara yol açabileceği, güzelleşme amaçlı estetik ameliyatların hiç yabana atılmayacak riskleri ve hasta haklarını ilgilendiren etik kurallar araştırılacaktır.

2.4. Güzellik Hiyerarşisi ve “Sağlıksız Güzellik”

“İdeal”, “modern” ve “düalist” üç ayrı kategoride incelenen güzellik, anlamlar ve beden biçimleri yanında sağlıkla da çok ilişkili bir kavramdır. Yunan döneminden günümüze yansıyan güzellik sembolü Afrodit’in beden güzelliğinin ve sağlığının, şifalı sularla anılması güzellik ve sağlık arasındaki bağın tarihselliğini anlatırken, günümüzde “sağlıksız güzellik” açılımları meselesinin sosyal boyutlarını da tartışmaya açmamıza aracı olmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü’nün (WHO) 1948’de yaptığı ve hâlâ geçerli olan tanıma

göre “Sağlık, sadece hastalık veya sakatlığın yokluğu olmayıp; fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden tam bir iyilik halidir”. Bir anlamda sağlık da güzellik gibi bir harmoni halidir.

Reischer ve Koo’ya göre (2004) tek bir kültür içinde dahi, bedenin verdiği mesaj, zaman içinde değişmeye maruz kalır. Eskiden Batı kültürlerinde geniş ve dolgun beden, gayrimenkul zenginliğini, sağlığı ve yüksek sosyete dâhiliyetini gösterirken, bugün aynı beden, sağlıksızlığın, yoksulluğun ve düşük sosyal ekonomik statünün göstergesi olarak kabul edilmektedir. Reischer ve Koo, ayrıca Susan Bordo’nun şişmanlık ve aşırı kilo kaybı ile bedene dair çağdaş kültürel bir nefret durumundan bahsedişine vurgu yaparlar ve Bordo’nun aslında bunun, bedenin fiziksel ölçülerinin estetik sunumu ile alakalı olmadığı, beden-ağırlık-ölçü bütünselliğinin sosyal sembolikliğindeki değişmelerle alakalı olduğu görüşüne katılırlar. “İdeal” olan üzerindeki ısrar, kadınların kendilerini bilerek aşırı diyet, egzersiz ve diğer beden geliştirme şekillerine maruz bırakmalarını getirmekte, dolayısıyla bunların hepsi, özellikle kadınların sosyal olarak ilişkilendirilmiş projelerin zararlı ürünlerini tüketme eğilimini desteklemektedir (Reischer & Koo, 2004:300-301). Bir başka ifade ile sağlıksız dahi olsa ideale olan talep, tüketime dayalı güzellik hiyerarşisinin gücünü göstermektedir.

1920’lerde doğan yaklaşık her üç çocuktan birinin beş yaşını tamamlamadan öldüğü, anne ölüm oranının yüksek olduğu, salgın hastalıklar ve savaştan ötürü bitkin ülke Türkiye’de ise, “gürbüzlük” kavramı sağlıklı birey olmak anlamına gelmekteydi (Gürsoy, 1998:42). Böylesi “gürbüz” vatandaşlar ideali olan bir nüfustan, 1950’li yıllarda gelişen, “modernleşen”, endüstrileşen, kentleşen ve “Batılı” değerler olarak tâbir edilen Avrupa ve Amerika değerlerini kendi bünyesine davet eden bir toplumsal dönüşüm içinde Anadolu’nun “balıketli kadın” a verdiği değer de değişmiştir. 1970’lerin başında güzellik endüstrisinin ilk adımlarıyla birlikte zayıf, fakat biçimli vücutlara sahip “ince beden”li kadınlar moda olmaya başlar. Bu tarihsel ve toplumsal dönüşümler devam ettikçe, büyüyen endüstri ve teknoloji, güzelliğin aldığı yeni şekiller uğruna kadın bedeninin talebe bağlı, kendine ve kasıtlı olarak sağlıksız müdahalelerde bulunmasına destek vermektedir.

Beden sağlığı ile toplumsal cinsiyet arasında doğrudan bir ilişki arayan Tıp ve sağlık araştırmalarında çok uzun yıllar erkekler norm olarak ele alınmış, kadınlar doğal üreme nesnesi olarak biyolojik standartlarla değerlendirilmiştir. Üreme odaklı olan araştırmaların çoğunda, üremede erkeğin rolü, kadın sağlığına etkisi olabilecek demografik etkenler ve cinsel tercihlerle ilişkili olarak kadınlar arasında meydana gelen farklılıklar dikkate alınmamıştır. Oysa üreme sağlığının; toplumsal cinsiyet, eğitim, istihdam, aile ve akrabalık

ilişkileri gibi kültürel yapılarla bağıntılı olmasından dolayı, bütün bileşenleriyle birlikte araştırılması gerekmektedir. Kaldı ki toplumsal cinsiyet; genetik, biyolojik ve sosyal faktörlere ek olarak kadınların ruh sağlığı ve hastalıkları üzerinde de hayati bir rol oynamaktadır (Türmen, 2003:6-8).⁴⁰ Ayrıca dini inanışlar ya da ihmalcilik yüzünden gizlenen hastalıklar, hijyen olmayan koşullar, cinsel yolla bulaşan hastalıklara karşı bilinçsizlik, sağlık kontrolünden geçmemek kadar, günümüz modalarından incelik ve gençlik de sağlıksız toplum modeline davetiye çıkarmaktadır. “Dünya yoksulluğunun yüzde 70’ini kadınların oluşturduğu”⁴¹ düşünüldüğünde, kadın ve sağlık ilişkisinin önemini de hatırlanmaktadır.

Sürekli yeni hastalıklar ve bunların çözüm yollarının arandığı bir çağda, özel hastanelerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Günümüzde sağlık kavramı, hayatta kalmaya bağlı biyolojik bir buyruktan çok, statüye bağlı toplumsal bir buyruğa dönüşmüştür. Başka bir ifadeyle sağlık temel bir değer, daha çok bir değer yüklemesidir (Baudrillard, 1997:160). Sağlıklı ve ince bir beden gençliğin ve güzelliğin anahtarı olarak sunuldukça, kozmetik/estetik cerrahiye verilen değer ve teslimiyet de artmaktadır. Amerikan Plastik Cerrahlar Derneği’nin açıklamasına göre estetik cerrahi (hastaların yüzde 90’dan fazlası kadın) 2010 yılında 10.1 milyar dolarlık bir rakama ulaşmış ve bir önceki yıla oranla yüzde beş büyümüştür (Jenna Goudreau, Forbes, 2011). Ancak estetik ameliyatların artması sağlıklı bir güzellik göstergesi olmadığı gibi, sağlıksız güzelliğe de davetiye çıkarmış olabileceği tartışılmaktadır. Diyet endüstrisinin uzmanları tarafından duyurulan beden yağının fazlalığının yok edilmesi, öğle arası yemek molasında yapılacak kadar kolay bir işlem gibi sunulmaktadır. Kozmetik/estetik cerrahi uygulamalarında “ünlü”ler öncü olmalarının yanı sıra, zamanla bir drama dönen görünümleriyle de medyada yer bulmaktadırlar (Görsel 2.10). Sağlıksız da olsa güzelleşmek, neredeyse bir Tanrı buyruğuna dönüşmektedir.

⁴⁰ Depresyon, anksiyete (kaygı) ve yeme bozuklukları gibi durumların görülme sıklığı kadınlarda daha fazladır. Kadınlarda post travmatik stress bozukluklarının (PTST) görülme oranı erkeklerle karşılaştırıldığında kayda değer oranda daha yüksektir. Nöro-psikotik bozukluklar arasında depresyon kadınlarda yüzde 30 iken, bu oran erkeklerde yüzde 12.6 olarak görülmektedir. Toplumsal cinsiyete dayalı şiddet, intihara meyilli olmada önemli bir gösterge olarak kabul edilebilir. Şiddet; bütün yaralanmalar, kronik ağrı belirtileri, pelvik enfeksiyon (PID), istenmeyen gebelikler, cinsel yolla bulaşan hastalıklar, depresyon, anksiyete bozuklukları gibi konularla ortak sağlık sonuçları içerir (Türmen, 2003:8-12).

⁴¹ Türkiye’de göreceli yoksulluk içinde yaşayan 27 milyon kişinin üçte ikisini kadınlar oluşturmaktadır (Balkır & Apaydın, 2011:42).



Görsel 2.10: Estetik mağduru ünlüler: Cheer (67), Donatella Versace (58), Carla Bruni (44), Nicole Kidman (46), Demi Moore'un (51) La Toya Jackson (57), Jocelyn Wildenstein (73), Cameron Diaz (41), Madonna (55), Nikki Cox (42), Sharon Stone (55), Lindsay Lohan (27), Pamela Anderson, Saffron Burrows (41), Meg Ryan (52) ve Fergie (38) (Erişim:

[http://images.search.conduit.com/search?q=estetik%20kurban%C4%B1&ctid=CT2790392&searchsource=1,](http://images.search.conduit.com/search?q=estetik%20kurban%C4%B1&ctid=CT2790392&searchsource=1,2012)
<http://www.internethaber.com/estetik-kurbani-olan-unluler-foto-galerisi-6659-p23.htm>, 2011).

Kolay ve ulaşılabilir bir uygulama gibi yansıtılan estetik ameliyatlar ister tedavi, ister güzelleşmek gerekçesiyle yapsın, “dolaylı tedavi amacı” (psikolojik sağlığın korunması ve düzeltilmesi) taşması sebebiyle tıbbi müdahale kapsamında değerlendirilmektedir (Petek: 2006:183). Basit olarak görünmesine rağmen ciddi risk taşıyan ameliyatlardır. Bireye ya da ameliyat koşullarına göre değişen riskler olabildiği gibi hastaların sağlık geçmişinin de dikkate alınması gerekiyor (Kaw, 1993:86). Estetik ameliyatların risklerini aşağıdaki başlıklar altında toplamak mümkün:

1. Kanama Riski: Kanama, ameliyat sonrasındaki bir kaç saatte en sık görülen risktir. Bazı durumlarda komplikasyonlara sebep olabilmektedir. Kanın deri altında birikmesi *hematoma* diye adlandırılan ve sertlik olarak hissedilen, deriyi mavi veya mora döndüren bir duruma sebebiyet verebilmektedir. *Hematoma* bazen durumunu korumakta, hatta byyebilmekte, büyüdüğünde ise onu çevreleyen dokulara baskı yapabilmektedir. Bunun sonucunda hissizlik, şişme, iltihaplanma ve derinin ölmesi gibi sorunlar doğabilmektedir. His kaybı özellikle meme ameliyatlarında çok görülmektedir.
2. Dikiş Riski: En çok dikkat edilmesi gereken risklerden birisidir. Dikiş işlemine karşı bedenin vereceği reaksiyonlar sonucu ortaya çıkabilmektedir. Bünyenin iyileşme potansiyeli ile doğrudan bağlantılıdır. Çoğu cerrah buna çözüm olarak yara izlerini kolay gözükmeyen yerlere saklamaktadır.
3. Nekroz (Doku lm)
4. Sinirlerin Hasar Görmesi
5. Anesteziye ters reaksiyon (uyuma yerine uyarılma) (Pakhare, 2011).

Teknolojik gelişmeler riskleri azaltmış olsa bile, risklerin tamamen ortadan kalkmadığına en güncel örnek, 2009 yılında estetik ameliyat sonrasında, 38 yaşında hayatını kaybeden 1994 Arjantin güzeli Solange Magnano’dur (Görsel 2.11).



Görsel 2.11: Solange Magnano. Bir dizi estetik operasyon geçiren kraliçe, kalçalarına yaptırdığı estetik ameliyattan sonra akciğer embolisinden hayatını kaybeden ikiz çocuk annesiydi (Erişim: <http://www.examiner.com/celebrity-fitness-and-health-in-national/miss-argentina-solange-magnano-dies-pursuing-perfect-butt>, 2009).

Kozmetik/estetik uygulamaların sadece cerrahi operasyon anlamına gelmediğini belirtmekte fayda var. Bu bağlamda incelenmesi gerekli bir başka alan, organik tarımdan türeyen bir konsept olan “organik kozmetik”tir. Acaba diğer kozmetik ürünler gibi yan etkilerinin olmadığı veya kimyasallar içermediği iddia edilen kremler, parfümler, güneş koruyucular serumlar, yaşlanma karşıtı bakım setleri, ya da makyaj malzemeleri, gerçekten organik mi? Örneğin anti-friz ve fren sıvılarında kullanılan *propylene glycol*ün (PG), makyaj malzemelerinde, saç bakım ürünlerinde, deodorantlarda ve tıraş sonrası losyonlarda; fırın temizleyicisi olarak kullanılan ve yağ sökücü madde olan *polyethylene glycol*ün (PEG) cilt temizleme ürünlerinde; mobilya cilaların önemli bir maddesi *isopropyl*inin, pek çok saç ürününde, kremde ve parfümde kullanıldığı ve paraban, civa (*timerisol*) ve çeşitli petrokimyasalların “vücuda verdiği zararlar”⁴² artık kesin olarak

⁴²*Imidazolidinyl Urea* ve *Dmdm Hydantoin*: Cilt bakımı, saç ürünleri, deodorantlarda ve tırnak cilalarında bulunan bu kimyasal koruyucular eklem ağırlarına, alerjilere, depresyon ve baş ağrılarına, göğüs ağrılarına, kronik yorgunluğa, baş dönmesi, uykusuzluk ve astma neden olabiliyor. Daha da korkuncu vücudun bağışıklık sistemini zayıflatarak kansere yol açabiliyor.

Alkol veya *Isopropyl*: Saç ürünlerinde, vücut şampuanlarında, el kremlerinde, *after-shave* losyonlarında, parfümlerde bulunabilen bu kimyasal, zehirli bir çözücü ve yapı bozucu. Mide bulantısı, kusma, baş ağrısı, sıcak basması, depresyona neden olduğu biliniyor. Saçta ve deride kuruluk, çatlamaya ve neticede bakteri üremesine neden olabiliyor.

kanıtlanmışken; üreticiler bu maddelerin az dozlarda hiçbir zarar vermediğini iddia etmektedirler (Farquharson, 2004:4). Organik kozmetiklere sertifika veren kurumlar olarak Avrupa genelinde ECOCERT, Almanya’da BDIH, İngiltere’de UK *Soil Association* ve İtalyan AIAB gibi organizasyonlar, belli bir standartların sağlanmasında rol üstlenmektedirler. Organik ve doğal kozmetik standartlarını genel olarak değerlendirmek adına 2003 yılında kurulan ECOCERT’in sertifika için aradığı kıstaslar, resmi internet sitesinde yayınlanmıştır:

1. Yenilenebilir kaynaklardan sağlanan katkı maddelerinin çevre dostu işlemlere tâbi tutulmuş olması şartı var. Kozmetik ürünlerde bulunan PG, PEG, paraban, nano parçacıklar, silikon, sentetik kokular ve boyalar ve hayvanlardan türetilen katkı maddeleri (doğal olan süt, yağ gibiler hariç) bu ürünlerde bulunmamaktadır.
2. Ürünün “organik” olarak tanımlanabilmesi için içerdiği maddelerin minimum yüzde 10’u organik tarımdan gelirken, minimum yüzde 95’i tarımsal ürünler olmak durumundadır.
3. Ürünün doğal kozmetik olarak adlandırılması için, organik tarımın payı minimum yüzde beş, tarımın payı ise minimum yüzde 50 olmak durumundadır.
4. Bazı içerikler (su, tuz ve mineraller) kozmetiklerde çok sık bulunmasına rağmen organik olarak tarım yoluyla elde edilmedikleri için değerlendirilmeyebilmektedir. Şampuan ve bazı kremler su ağırlıklı olabilmekteyken, aynı şekilde temel bir yağda ise yüzde 100 organik içerik olması mümkündür.

Avrupa’da durum böyleyken, Amerika’da ise daha karışık bir görünüm mevcuttur. USDA (*US Department of Agriculture*); yani Amerika Tarım Bakanlığı “NOP” (*National Organic Programme*) adı altında bir programı standardizasyon amaçlı kullanmaktadır. Amerika Tarım Bakanlığı’nın NOP programı dâhilinde kozmetik ürünleri, “Organik” başlığı altında dört ayrı kategoriye ayrılmaktadır:

Sodyum Lauryl Sulfat (SLS), Sodyum Laureth Sulfat (SLES), Ammonyum Lauryl Sulfat veya Sodyum Myreth Sulfat: Şampuanlarda ve diğer saç ürünlerinde, diş macunu ve vücut şampuanlarında bulunan bu maddeler güçlü bir deterjandan başka bir şey değil. Gözlerde iritasyona neden olurken özellikle çocuklarda ciddi boyutlarda göz bozukluklarına, döküntülere, saç dökülmesine, ağız ülserine neden olabiliyor. Bir takım başka maddelerle birleştiğinde kanserojen olan nitrosaminleri oluşturuyor. Çok kolayca deriye nüfus eden bu maddeler kalbe, akciğerlere, karaciğere ve beyne depolanabiliyor.

PVP/VA Kopolymer: Petrol bazlı bir içerik. PABA olarak da bilinen bu madde güneş yağlarında, saç spreylerinde bulunuyor. Bu maddeyi içeren güneş yağlarının emdiği enerjinin cilt kanseri olasılığını arttırdığı düşünülüyor.

Methyl, propyl, butyl ve ethyl parabenler: Ürünlerin raf ömrünü uzatmak için kullanılan bu içerikler ciddi boyutlarda toksik özellik gösteriyor.

Sentetik renk vericiler: FD7C veya D4C olarak etiketlenen bu maddeler ciddi boyutlarda kanserojen.

Talc: Bebek pudralarında ve bazı prezervatiflerde bulunan bu madde güçlü bir kanserojen. Cinsel bölgeye temas etmesi halinde yumurtalık kanseri riskini artırıyor. Ayrıca akciğerlere yerleşerek türlü nefes yolu bozukluklarına neden olabiliyor (Farquharson, 2010: 4).

1. Yüzde 100 organik ürünler... Ürünün su ve tuz dışında tamamen organik içerikli olması gereklidir.
2. Organik ürünler... Su ve tuz haricinde yüzde 95 organik içeriğe sahip olan ürünler.
3. Organik malzeme ile yapılan ürünler... En az yüzde 70 organik içeriğe sahip ürünler.
4. Son olarak yüzde 70'den düşük organik içerikli ürünler, ki bunların etiketlerinde organik kelimesinin kullanılmasına izin verilmemektedir (*National Organic Programme, United States Department of Agriculture*, Nisan 2008).

Amerika'daki esas sorun çoğu şirketin sertifika için uğraşması, çünkü organik ürünlerde üretim aşamasının daha maliyetli olması kâr marjlarını ciddi şekilde düşürmektedir (Al J. Spicoli, 2010, *Organic Certification-The Only Way to Buy Cosmetics*). Özellikle fonksiyonellik adına sentetik içerikli kimyasallar sıkça kullanılmakta, bu da organik olmaları konusunda sıkıntı yaratmaktadır.

Kadınları tehdit eden sağlıksız koşullar kozmetik/estetik uygulamalar ya da ürünler ile sınırlı değildir kuşkusuz. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) verilerine göre, dünyada 400 milyonun üzerinde “obez” ve 1.6 milyar civarında da hafif şişman birey bulunmaktadır. 2015 yılında bu oranın 700 milyon ve 2.5 milyara ulaşması bekleniyor. Bu oranın içinde bulunan obez kadınlarda, incelik ve güzellik hiyerarşisinin toplumsal ve psikolojik etkileri kadın sağlığının bir başka boyutunu oluşturmaktadır. Yine Reischer ve Koo'nun araştırmasına göre, bir ülkenin obeziteye ve kilo kaybına karşı tutumu kültürel çeşitlilikle belirlenebilmektedir. Örneğin Amerika'da obezite bir ahlak dejenerasyonu ve sosyal yetersizlik hissi yaratan bir durumken, Fransa'da bu durum aynı bileşikleri taşımamakta; çünkü orada şişman olmak birinin sağlığı açısından ciddi sonuçlar doğurabilecek bir rahatsızlık, moral ya da etik bir suçluluk duygusu yaratmamaktadır (Reischer & Koo, 2004:304).

Kadınlar açısından durum farklıdır, çünkü endüstrileşmiş toplumların bir ideali olarak incelik, Yaşar Çabuklu'nun, *Toplumsalın Sınırında Beden* (2004) kitabında belirttiği üzere, tinselliğin, ruh inceliğinin dışavurumu, kaba bedensel arzuların [belki de erkekler açısından tehlikeli bir cinselliğin ya da şehvetinin] yenilgisi olarak algılanmaktadır. Çabuklu, kaba bedensel arzulara örnek olarak, 19.yy İngiltere'sinde kamusal mekânlarda iştahla yemek yemenin “görgü dışı” bir davranış olarak görüldüğünü yazar. Doğurganlığı, gücü ve çalışmayı çağrıştıran kilolu kadın zamanla, işçi ve alt sınıf kadın bedenleriyle özdeşleştirilmiş, böylece “incelik” ya da zayıflık, sosyal bir statü göstergesine dönüşmüştür. Bu kısıtlayıcı beslenme rejimine, Vitoryan Dönemi'nde öne çıkan “korse” de

eşlik etmiştir. Yaklaşık yüzde 90 oranında kadınlarda görülen anoreksiya nervoza son yıllarda giderek artmaktadır (Çabuklu, 2004:144).

Psikiyatride Yeme Bozuklukları tanı grubunda iki temel hastalık yer almaktadır: “*Anorexia Nervosa* ve *Bulimia Nervosa*”. Her ikisinde de temel belirleyici beden imgesi bozukluğudur. [Bu hastalıklarda] şişmanlama korkusu ve zayıf bir bedene sahip olma arzusu çarpıcıdır. *Anorexia nervosa*’lı hasta, boyuna göre çok düşük bir beden ağırlığına sahiptir ve daha da zayıflamak için her yola başvurmaktadır. *Bulimia nervosa*’da, hasta normal beden ağırlığına sahip olabildiği gibi, boyuna göre beklenen beden ağırlığının üzerinde de olabilmektedir. *Blumia*’da tıkanırcasına yeme atakları belirgindir. Çok fazla miktarda ve kaloride yemeği kısa sürede tüketen hasta daha sonra bunları bedeninden atabilmek için çeşitli yollara başvurur (Gürdal, 2003:161-162).

Obezite, anoreksiya nervoza ve bulimiya nervoza gibi, masum zayıflama diyetleri de saplantı haline geldiğinde yeme bozukluğuna dönüşebilmektedirler. Psikolog Feyza Bayraktar’a göre yeme bozukluklarının altında genellikle özgüven eksikliği, duygusal sorunları çözme çabası, duygularını yiyerek kontrol etmeye çalışmak, yaşamının değişeceğine duyulan inanç ya da çevresinde beğenilen biri olma isteği gibi nedenler yatmaktadır. Bayraktar, obezite, anoreksiya nervoza ve bulimiya nervoza dışında “bigoreksiya nervoza”⁴³, tıkanırcasına yeme (aşırı/tepkisel yeme), gece yeme sendromu ve yeme bağımlılığını diğer yeme bozuklukları listesinde sıralamaktadır. Her aşırı yeme durumu bulimiya nervoza saymamakla birlikte, hastalığın en temel özelliğini en az üç ay sürmesi ve kontrolden çıkmışlık duygusu olarak açıklar. Gece yeme sendromu ise literatürde bir kişinin özellikle akşam sekiz ile sabah altı arası, aşırı yeme isteği ile günlük kalori alımının yüzde 56’sını alması şeklinde tanımlanmaktadır (Bayraktar, 2011: 34-66). Aşırı diyet ve beden egzersizi, estetik cerrahi sonrası formu korumak ya da doğum sonrası ideal beden formunu yakalamak gibi durumlar, yeme bozukluğuyla ilişkilendirilebilir ya da yeme bozukluklarının bir kısmı güzellik hiyerarşisine tepki olarak da doğabilmektedirler.

Özellikle kadınların ideale ulaşma çabası olarak sayılabilecek belki de en yeni rahatsızlık, besinleri sağlıklı-sağlıksız olarak saplantılı bir şekilde sınıflandırma anlamına gelen “ortoreksiya nervoza” yeme bozukluğu hastalığıdır. Besinleri saf, katkısız, işlenmemiş gıdalardan seçme çabası, çiğ gıda tüketme, zararlı olduğu düşünülen

⁴³ *Bigorexia nervosa*: Çok kaslı, iri bir bedene sahip olma takıntısı. Aşırı egzersiz bağımlılığı olarak da bilinmektedir. Yaşam, spor saatlerine göre belirlenir; sıkı diyet programıyla kas oranını arttırmaya yönelik dengesiz bir beslenme şekline yönelir (Bayraktar, 2011: 76-77).

besinlerden vazgeçmek, öğün azaltmak gibi önlemlerle hızla kilo düşüşü, kansızlık, kemik erimesi gibi fizyolojik hastalıkların yanı sıra, kaygı sorunu, panik atak, depresyon ve ileri durumlarda ölümlere sebep olabilmektedir. Ortoreksik kişilerde besinlerle ilgili, tıpkı güzellikle bağıntılı kusursuzluk arayışında olduğu gibi mükemmeliyetçilik durumu gözlenmekte, sağlıklı beslenme hakkında tüm diyet programları, yayınları, web sitelerini doğru olsun olmasın takip edilmektedir (İkinci, 2010:40-41). Çünkü beden, toplumun onayına sunulan ve geçer not alınması beklenen ideal bir kimlik yaratma sürecinde etkin rol oynamaktadır. Buraya kadar incelenen obezite, anoreksiya, bulimiya, ortoreksiya ve bigoreksiya nervoza gibi yeme bozukluklarına varıncaya kadar bedeni bir forma sokma mücadelesi, güzellik fenomeniyle birlikte ilişkilendirilmiştir. Konuya bu paradigmadan yaklaşıldığında “ideal güzellik” imgesinin yanına “ne kadar sağlıklı?” sorusu düşmektedir. Buna bağlı olarak da dış görünüşün geçici uygulamalar ve gençlikle cilalandığı tüketim çağı bir nevi “sağlıksız güzellik”i yansıtmaktadır.

Yalnız bedenle değil, güzellik olgusuyla da kimlik yaratım sürecinin tarihsel ve kültürel gelişiminin izlenebileceği *Güzelliğin 100.000 Yılı (100.000 Years of Beauty - 2010)* adlı eserde de Mısır’da, hastalıklardan korunmak amacıyla kullanılmaya başlanan göz kaleminden, Antik Yunan’da sağlığın göstergesi sayılan ten rengine ya da Romalı kadınların hamam alışkanlığına kadar, çağlar boyu güzellik anlayışı sorgulanmıştır. Ansiklopedik eserin editoryal yöneticisi Elizabeth Azoulay, gelecekte de sosyal ve estetik seçimler yapılacağını, bu seçimler olmadan uygarlıkların olamayacağını dile getirirken, kitapta görüşlerine yer verilen Japon sanatçı Kimiko Yoshida’nın, “*Ben kimim?*” sorusunun ardından gelen “*Kaç kişiyim?*” vurgusu dikkate değerdir (Akratan Zuhul Aytolun, Sentez: 2010). Popüler kültür, izleyicisine ya da takipçisine özdeşleşebileceği ve taklit ederek daha iyisini yapmaya çalışacağı imajlar ve kişilik modelleri sunduğu (Kellner, 2002:204) sürece, güzel, genç, enerjik, huzurlu, şanslı, çalışkan, becerikli “harika kadınlar”ın üretimi devam edecektir. Tabii ne kadar sağlıklı oldukları, bazı hastalıkların cinsiyetinin özellikle kadın olması ve bu görüngülerin toplumsal olarak ciddiye alınmaması sebebiyle kadın sorunları büyüebilmektedir. Güzel görünen kadınların, son derece sağlıksız olabileceğini, şahit olduğum yüzlerce olay ve bazı model örnekleriyle birlikte, kendi sağlığımı korumak adına verdiğim mücadeleden biliyorum. Kişilik gelişiminden ve psikolojik dengeden uzaklaştıkça, güzelliğin de harmoniden uzaklaştığı, Kimiko Yoshida’nın değindiği gibi “*Ben kimim?*”e cevap bulamadan, “*Kaç kişiyim?*”e geçildiği bir dönemde yaşıyoruz.

Kadınların psikolojik sorunlarına, biyolojik dünyanın hormonal istikrarsızlıkları ve kültürün dayattığı “ideal güzellik” kalıpları da eklendiğinde, psikolojik sağlık da tehlikeye düşebilmektedir. Kadın bedeninin bütünüyle cinsellikle dolup taşan bir beden olarak çözümlendiğini dile getiren Foucault, cinsel içgüdüğü etkileyebilecek tüm tuhaflik biçimlerinin klinik analizinin yapıldığını, davranış biçimleri üzerinde bir normalleştirme ve patolojikleştirme rolü yakıştırıldığını ve bunların sonucunda bu gariplikleri düzeltebilecek bir teknolojinin araştırıldığını [ve güzellik endüstrisinin yaratıldığını] dile getirir (Foucault, [1996] 2007:79). Neredeyse ruhsal sağlığın, güzellik hapiyle giderilecekmişçesine sunulumunda Foucault’nun belirttiği “kadın bedeninin histerikleştirilmesi”⁴⁴ stratejisi, endüstrinin kadın bedeni üzerindeki bir politikası olarak değerlendirilebilir.

Günümüzde yeme bozuklukları dışında depresyon, “histeri”⁴⁵, narsizm gibi rahatsızlıklar kadınlarda daha yüksek oranlarda görülen hastalıklardır. Alexander Edmonds, “Güzellik ve Sağlık: Antropolojik Perspektif” (*Beauty and Health: Anthropological Perspectives* - 2008) başlıklı makalesinde, insan sağlığı ve mutluluk arasındaki karmaşık ilişkiyi tartışırken kozmetik cerrahinin, yeme bozukluklarının, vücut geliştirmenin, diyet hapları kullanmanın, silikon enjeksiyonlarının ve diğer tüketici ve medikal pratiklerin giderek görünür hale gelmesinden bahseder ve bunun güzelliğin tehlikesine dair bir genel kamu farkındalığı yaratma anlamına geldiğini ekler. Güzellik *epidemisinin* (güzellik salgını) cinsiyet, toplumsal cinsiyet ve “iyi olmak” gibi yerel idealleri ve normları şekillendirecek bir potansiyele sahip olduğunu vurgularken, güzellik ve sağlığın yalnızca tıbbileştirildiği ve metalaştırıldığı eleştirilerini değil, aynı zamanda güzellik ve sağlığın değişen ahlaki ve ekonomik değerlerini de göz önünde bulundurmak gerektiğini açıklar (Edmonds, 2008:159).

⁴⁴ Foucault’nun “kadın bedeninin histerikleştirilmesi” olarak betimlediği tarihsel süreç, kadın cinselliğini doğuştan sorunsal, kadın sorunlarınıysa doğuştan cinsel olarak kurgulayan söylemin yaradılışına dek izlenebilir. Çünkü verili bir toplumda kaygının büyük bir bölümünün, cinsellik ve üreme aracı olarak kadın bedeni etrafında inşa edildiği varsayılmaktadır (Kendall, 2006:199).

⁴⁵ *Histeria*: Yunanca rahim; yani dölyatağı anlamına gelmektedir. Histeri ilk defa Hipokrat tarafından ortaya atılmış ve kadınlarda daha çok görüldüğü için dölyatağı ile ilgili bazı ruhsal ve fiziksel değişimleri ifade etmek için kullanılmıştır. Freud ise histerinin sebebinin rahim olmadığını, akli sorunlar olduğunu düşünmüş ve o zamandan beri ancak belli bir tip insanı tanımlamak için histerik deyimini kullanılmıştır. Histeride bellek, biline, zekâ, hareket ve algı bozuklukları çok çeşitlidir. Kişisel olaylara ilişkin olarak yarım hatırlama (amnezi) veya kimliğini unutma, evden veya işten ayrılıp bilinçsiz olarak dolaşma (füg), kaslarda paralizi, kısmen yürüyememe, tremor, konuşamama (*disfoni*) gibi hareket bozukluğu, genellikle deride duyu kaybı veya körlük ve sağırılık gibi algı bozuklukları histeride görülen belirtilerdir (Erişim: <http://www.genelsaglikbilgiler.com>, 2008).

Edmonds'ın dile getirdiği “iyi olmak” ya da iyilik hali, güzellik ve sağlığı birleştiren yeni bir değer olarak çok sık kullanılır olmuştur. Tıp ve sosyal bilimler alanlarından  zg rleşen özellikle depresyon, kadın dergilerinde oldukça fazla, “iyi olmak/hissetmek”e yönelik tavsiyeler adıyla yer bulmaktadır. Kendini “iyi hisset”menin yolu “güzel bir bedene” sahip olmakla aynı değerde sunulurken, buna ulaşmak için daha fazla tüketmek gerektiği salık verilmektedir. Oysa diyet, ürün, ilaç, cerrahi  nerileri ve bunun gibi     mler, depresyona yol açabilecek faktör olan “kadının bakılan nesne” olarak narsistik kuruluşuyla her zaman birleşir (Coward, 1997:28-29). Kadınların görünüşe odaklandığı ve sürekli bedenini, görünüşünü güzelleştirmeye çabaladığı bir çağda, elbet erkekler de depresyon veya görünüşüyle ilgili sıkıntılar yaşamaktadırlar. Kel ya da şişman olan bir erkek bedeninden hoşnut olmasa bile, kaygısını daha çok iş, spor ya da kariyer gibi seçeneklerden yana kullanabilmektedir. Cinsiyet eşitsizliği görülen, sanayileşmiş, ama muhafazakâr toplumlarda 60 yaşında bir erkeğin flört olanağının, aynı yaştaki bir kadınınkıyla kıyaslanması, kadının yaş ve görünüme dair kaygılarını ve dolayısıyla yaş ve güzelliğin hiyerarşik konumlanmış olduğunu anlamamıza yardımcı olabilir. Kaldı ki kadının bu baskıyı daha genç ve g zelken yaşaması da sorunun derinliğini göstermektedir.

Güzellik idealleriyle çevrilmiş bir kadının, kusursuz beden ölçülerine sahip olsa dahi bir eksiklik duyduğuna sıklıkla değinmiştim. Friday’e göre de güzel olsa bile bir kadın, dudaklarının ya da göğüslerinin yeteri kadar iri olmadığından ya da orantılı bir yüze sahip bir genç kadın, burnunun kemikli oluşundan şikâyet eder. Ancak erkekler şişman, sıksa ya da çarpık bacaklı olsun, bir arada duş yapar, şakalaşır, pisuarda bile bir yandan cinsellik üzerine konuşur, diğer yandan penislerini tutup yan yana dururlar (Friday, 1984:149). Buna tezat bir örnek giyim mağazasının kabininde gizlenerek soyunan, bedeni görüldüğünde sanki suçluymuş gibi açıklama yapmak zorunda kalan kadınlar verilebilir.

Neredeyse dış görünüşe göre iyi ve sağlıklı olarak kabul görülmek kültürel ideallere göre değişebilmekte, Reischer ve Koo’dan hareketle, sağlıklı olma halinde olduğu gibi, sağlıksız güzelliğin de kültürlere göre değişen pek çok temsili bulunabilmektedir. Bazı Asya ve Afrika’daki kabilelerde görülen dudağa geçirilen tabaklar ya da boyna takılan halkalar buna örnek olarak gösterilebilir. Kadınlarının boynuna geçen bileziklerin geri alınmasının, ölümcül risk taşıdığı bu kültürlerde, elbet güzelliği sağlıkla bağdaştırmak mümkün değildir. Elem r Hankiss, bedenin kültürel normlara uyması ya da kişinin kendisini tehlikelerden ve kaygılardan koruması için başvurulan radikal yollar olarak “ayak şekli bozma” (*foot-distortion*), “boyun uzatma” (*neck-elongation*) (Görsel 2.12), bedeni ve

yüzü delme (Görsel 2.13), korseler, yüksek topuklu ayakkabılar, “yanak delme” (*cheek piercing*) (Görsel 2.14), “dudak dolgunlaştırma” (*lip-enlargement*) vb. gibi fiziksel [bedensel] değişimlerden bahseder. Son zamanlardaki değişimleri ise gelişen kozmetik ve plastik cerrahinin spekülasyonları ve tüketim uygarlığının ortaya çıkardığı yeni baskılar, istekler ve korkularla geldiği için eleştirmiştir (Hankiss, 2006:32). Tüm bunlar tüketim çağında egemen iktidarın çıkar ilişkilerini besleyen kültürel politikaları ve güzellik endüstrisinin manipölasyonu ile kurgulanan güzellik idealinin, “sağlıksız güzellik”e varan bir yanı olabileceğini göstermektedir. Dahası artık baskı ve dayatmadan çok daha fazlasını içeren güzellik, hiyerarşi ve hegemonya kavramlarıyla yan yana düşmektedir. Çünkü sosyal yapıların analizinde sık sık yer bulan kavramlar, masum bir estetik yargıdan çok daha fazla şey ifade eden günümüz güzellik tutkusunu anlaşılır kılmaya yardımcı olmaktadır.



Görsel 2.12: “Boyun uzatma” (*neck-elongation*). Alessandra Carriero’ya göre, bazı Afrika ve Asya kültürlerinde boyun uzatma geleneği güzelliğin bir işareti olarak kabul edilir. Burma’da (Myanmar), Kayan topluluğunun kadınları bakır halkaları iki yaşında takmaya başlıyor ve büyüdükçe ardışık olarak eklemeye devam ediyorlar. Carriero bu tekniğin sonucunda boynun uzadığını, ancak omurganın uzamadığını, halkaların ağırlığının omuz kemiği üzerine baskı uygulayarak eninde sonunda deforme olmasını sağladığını dile getirmektedir (Carriero, 2011) (Erişim: <http://plus.maths.org/content/shaping-our-bones>, 2009).



Görsel 2.13: “Yüz delme”. Bir Hindu geleneği olan Thaipusam Festivali’nde gençlik, güzellik, erdem ve güç tanrısı olan Rab Subramaniam (*Lord of Murugan*)’a layık olmak ve erdemlerine hak kazanmak için yüz ve beden keskin şişlerle, mızrak ya da kancalarla delinir (Bony, 2002, Erişim: http://infopedia.nl.sg/articles/SIP_760_2004-12-27.html). Erkeklerden daha az olmakla birlikte kadınlar yüz bölgelerini metal çubuklarla delerek transa geçer. Dile metal şiş geçirmek konuşmayı engellediği için dayanma gücü verdiği düşünülüyor. Kanama ve enfeksiyonu önlemek için kül kullanılıyor. (Erişim: http://www.monsoonteardrops.com/Thaipusam06/crw_5750.shtm, 2009).

Bir taraftan dövme, delme ve dolgu, diğer taraftan kıl aldırma, diyet, egzersiz ve moda kadar beden üzerinde etkili olan, onu işaretleyip dönüştüren, toplumsal normlara ve gerekliliklere uygun anlamlar ve değerlerle donatan bir dizi uygulama söz konusudur. Beden, bu suretle bir kimliğe büründürülerek toplumsallaştırılır; yani tekil bir öğeden çok, bir bütünlüğün üyesi olarak görülür (Schick, 2011:59). Kadınlar sağlıklı güzellik temsil eden bedenlerle, zayıf, enerjik, seksi, güzel, aranan, konuşulan ya da trendi gibi bir imaja sahip olabilmek için özveride bulunurlar. En güzele ulaşma arzusu, ne ki sonlanmayan hedefler silsilesi içinde. Bugün artık bu özelliklere “aykırı” kavramını da eklemek mümkündür (Görsel 2.14). Daha güzeli, en güzeli hedef olarak seçmek, sağlığı tehdit eden uygulamaları denemeyi ya da bu uğurda marjinalleşmeyi dahi getirebilmektedir. Bir sonraki sayfadaki fotoğrafta aykırı olmanın sınırının olmayacağı görülmektedir.



Görsel 2.14: Yanak delme (*cheek piercing*). LB Forum // Güzellik (Erişim: <http://forum.lookbook.nu/show/10329-Thoughts-on-Facial-Piercings>, 2009).

Sağlıklı olsun olmasın harmoniden uzak güzellik anlayışını da bir kültür içindeki toplumsal uzlaşma süreci belirlemektedir. Görüldüğü gibi sağlık, siyaset, ekonomi, etik, sanat, din, cinsellik gibi bütün yapı, sosyal roller ve olgularda kültürel ve politik kurgular bireyselliğin içine sızmıştır. Bu noktada “Ne kadarı biz, ne kadarı ben?” demenin güçlüğü karşısında, Yoshida’nın “*Kaç kişiyim?*” sorusu bir kez daha düşünmeye değer olmaktadır. Sonuç olarak tarihi dönemlere ayrılarak araştırılan güzelliğin tüm temsillerinde ve cinsiyet, moda, kozmetik/estetik, medya ve sağlık gibi kavramlarla ilişkisinde yine kültürün varlığı öne çıkmıştır. Kültürel kurguların egemen iktidarın politik ve ekonomik çıkarlarını beslediği bir çağda, güzellik endüstrisi incelemesi ortada pek çok sorun olduğunu göstermektedir. Güzellik olgusunun analizi sonucunda birbiriyle bağlantılı kültürel bir kadın sorunu belirmiştir. Bu bağın anlamlandırılması, sorgulanması ve açıklanmaya çalışılması gerekçesiyle araştırmaya, kültür tarihi ve feminizm konusunu dâhil etmek gerekmektedir. Bu çalışmada güzellik, kadın ve kültür piramidinde, araştırma kapsamı bir tüketim nesnesine dönüşen kadın sorunuyla sınırlı tutulacaktır.

BÖLÜM III. KÜLTÜR TARİHİNDE GÜZELLİK ve FEMİNİZM

Yeryüzündeki kültür tarihinin birkaç milyon yıl öncesine değin uzandığı düşünülmektedir. Ancak insanlığın geçmişi belki daha eskidir ve ilk insanın oluşumunu açıklamak güçtür. İnsan atasının tarihi üzerinde çalışan paleoantropoloji, biyolojik benzerliğinden dolayı insanı, yaklaşık 70 milyon yıl önce ortaya çıkan ve içinde tüm maymun türlerinin bulunduğu memeliler takımı “primat”larla birlikte değerlendirir. İnsanın evrimsel gelişiminde onu primat ailesinden ayıran etkenler kültürde saklıdır.

Güzellik kavramının kültür ile ilişkisi bizleri, çağlar boyunca insanlığın yaşamının her alanını kapsayan bir birikimin uygarlık kapısına çıkarır. Kültür, “*toplumun davranış, biliş ve duyuş kalıplarından oluşan bir birikim ve bütünlük*” (Güvenç, [1972] 2005:273) olarak ele alındığında güzelliğin, kültürün hangi bağlamında kırılmalara uğrayarak bir sorun olabileceği belki daha iyi anlaşılabilir. Pierre Bourdieu’ye göre sanatsal becerilerden, giyim tarzlarına, yeme-içme alışkanlıklarından, bilim, felsefe ve dine kadar bütün kültürel simgeler ve pratikler toplumsal tabakalaşma düzenini yeniden üretmektedir. Kısacası kültür, iktidar ilişkilerini somutlaştırmaktadır (Swartz, 2011:18). Bu açıdan kültürün, inançları, gelenekleri, değerleri, kurumları ve pozitif görüşleri içinde barındıran örüntülü bir yapı olması bağlamında, iktidar, tüketim ve ekonomik sistemlerin kadınla ilişkisi irdelenmiştir. Araştırma sorunu olan modern Türkiye’de kadının yaşadığı kimlik bunalımının ve bu olguda kadının tüketim nesnesine dönüştürülmesinin etkisinin feminizmin teorik çerçevesiyle örtüşmesi sebebiyle, içeriğe feminist bakış açısı da dâhil edilmiştir. Ancak feminist görüşlerden yalnızca literatür çalışması kapsamında yararlanılmıştır.

Bir kadın devrimi olarak da nitelendirilen Cumhuriyet Dönemi’nde modernleşme ve ulus-devlet projeleriyle kurgulanan kadın kimliği farklı bakış açılarıyla birlikte değerlendirilmiştir. Bir sonraki bölümde, alan çalışması kapsamında görüşülen kişilerle de Cumhuriyet’in ilanından günümüze kadının toplumsal konumu tartışılmıştır. Keza alan çalışmasında görüşlerine yer verilecek olan elitlerin hâkim konuma geçmesi ve sosyal bilimlerde elit kavramının kuramsallaşması yine bu dönemde denk gelmektedir. Tarihsel bir kronolojiye bağlı kalınarak ve disiplinli bir metot aracılığıyla tüketim çağına dek kadın ve güzellik olgularının farklı kültürel yapılarla birlikte incelenmesi, çalışma sorununun kadın kimliği ile ilişkisini görünür kılabileceğini düşündürmektedir. Ayrıca dönemlere göre değişen farklı kadın kimliklerinin izlenmesi, sağ siyasi kanadı temsil eden katılımcıların dini inançlarını kapsayan görüşlerini ya da sol siyasi kanada ait görüşten

katılımcıların savunduğu Cumhuriyetçi kadın kimliğini doğru değerlendirebilmek açısından da önemlidir.

3.1. Cumhuriyet'in İlanından Günümüze Kadının Toplumsal Konumu

Cumhuriyet'in ilanı ve onu izleyen yıllar kadınlar için büyük önem taşımaktadır. Bilindiği üzere kadınların eşit yaşam hakkı gibi özgürlükleri, Cumhuriyet'in kadın devrimiyle uygulanmaya konulmuştur. Ancak bu yeni kadın kimliği kendi içinde sorunları da barındırmaktadır. Tüm bu yapıyı anlayabilmek ve katılımcılarla kadının toplumsal konumuna yönelik değişim sorusunu tartışabilmek amacıyla, savaş yılları, Atatürk ve devrimleri de incelenmiştir. Ayrıca Cumhuriyet kurucularının bir başarısı olarak eril tarih literatüründe yer bulan kadın devriminin, Osmanlı döneminde filizlendiği bilinmektedir. Bu sebeple Türkiye Cumhuriyeti'nde kadın kimliği konusuna geçmeden önce Osmanlı kadının yaşantısı, güzellik anlayışı ve feminist hareketin müjdecisi olarak kabul edilen kadın çalışmalarına yer verebilmek amacıyla "Osmanlı Kadını"nın araştırılmasına ihtiyaç duyulmuştur. Bu yolla salt Kemalist elitlerin bir başarısı gibi yansıyan kadın devriminin alt yapısı araştırılırken, ulus-devlet inşasında kadın kimliğinin kurulumu, böyle bir kimliğe duyulan gereksinim ile birlikte feminist hareketin Cumhuriyet'e katkısı da gözlenebilecektir.

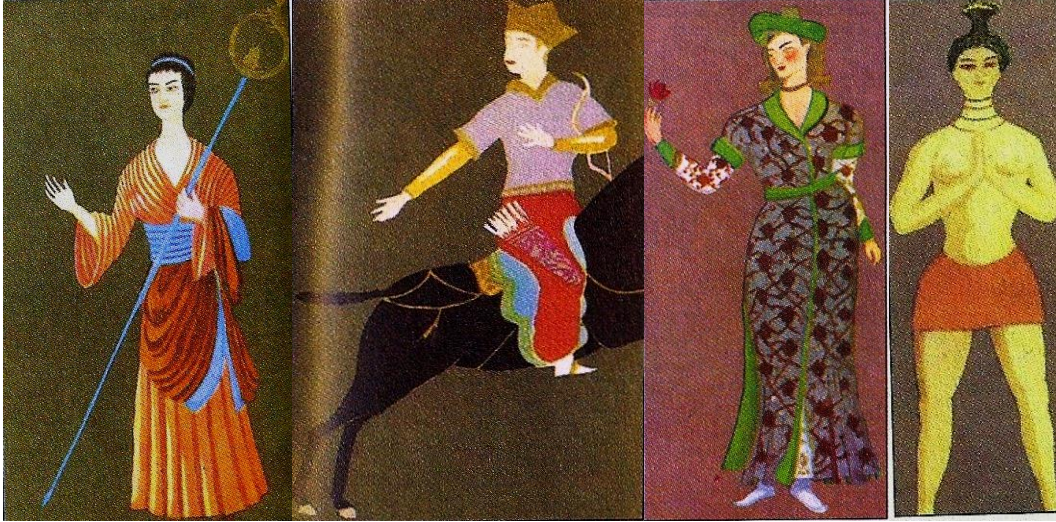
3.1.1. Osmanlı Kadını

14. yüzyılda kurulan Osmanlı Devleti'nde kadın yaşamına ilişkin kaynaklar sınırlıdır. Saray kadınlarının öne çıkan kimlikleri dışında kadınlar, nüfus sayımına dahi alınmamışlardır. Elitlerden olmayan Osmanlı kadınına incelemek isteyen araştırmacılar, en erken nüfus sayım kayıtlarına, 19. yüzyılın sonlarında (Faroqhi, 2000:12) ulaşabilmişlerdir.

Osmanlı'da sınırlı haklara sahip, neredeyse hiç yaşamamış sayılan kadınların, Eski Türk toplumlarında erkeklerle eşit hakları olduğu bilinmektedir. Oğuzlar'da zamanının bilge kişisi olduğu için "dede" lakabını alan Korkut Ata'dan aktarılan, dilden dile dolaşan hikâyelerde kadınlarla ilgili pek çok bilgiye rastlanmaktadır. "Dede Korkut Destanı"⁴⁶nda kadının, saygıdeğer oluşu ve erdemi üzerinde durulmuştur. Burada kadın başını örtmez, ata biner, ok atar, kılıç kuşanır, erkeklerle birlikte ava çıkar (Görsel 3.1). Bir yanda kadının doğurganlığı ve sadakati vurgulanırken, diğer taraftan Banı Çiçek'in yiğitçe

⁴⁶ Dede Korkut'un Ebubekir tarafından Türklere İslamiyet'i öğretmekle görevlendirildiği söylencesi yaygındır (Güvenç, [1993] 2008:101).

dövüşü ya da Selcen Hatun'un güzelliği göklere çıkarılır. Hikâyelerden erkeğin kadına bir aşk ve haz objesi olarak bakmadığı sonucunu çıkaran düşünürler bulunmaktadır (Binyazar, 1996:65). Necla Arat, kadının ana olarak yüceltilip duygusal dünyanın eksik yazılmasını, göçebe yaşantısının güç koşullarının kadınlara fazla boş zaman bırakmamasından kaynaklanabileceğini belirtir (Arat, 1980:51). Ancak bu noktada Türk toplumlarında gelişmekte olan İslamiyet'in etkisini de unutmamak gerekmektedir.



Görsel 3.1: Göktürkler, Uygur, Selçuklu ve Anadolu Selçuklu dönemleri duvar resimlerinde, minyatürlerde, çinide, seramikte, alçıda, işlemede kadın tasvirleri yer almaktadır. Resimlerde sırasıyla Uygur rahibesi, ata binen kız, Selçuklu Hanımı ve yıkanmak için suya girdiği düşünülen Uygur Mabet kızı (Sevin, 2011:222-223).

Eti, Sümer, İskit, Hun ve Göktürkler'de görülen kadının eşitlikçi toplumsal konumundaki radikal değişim, İslamiyet'in kabulünden sonra yavaş yavaş başlamıştır. Değişik uygarlıkların ve çoklu inanışların egemen olduğu Anadolu'da -bugün Mardin'de- eski gelenekler izlerini sürdürmeye devam etmektedir. Türklerin; tanrısı, kitabı ve peygamberi olmayan insancıl dinlerden sonra, onu en çok etkileyen semavi dinlerden biri olan İslamiyet'te karar kıldığı varsayılır/kabul edilir. Kur'ân, kadının yaratılışı ve cennetten çıkış konularında Tevrat ile bazı farklılıklar taşımakla birlikte, yaratma kudretinin kaynağı ve tek Tanrı inancının yaygınlaşması bakımından Kur'ân'ın eski geleneğin bir parçası olduğu ve gelişiyile birlikte İslamiyet'ten önceki Arap tanrıçalarını (Lat, Menat ve Uzza) ortadan kaldırdığı yorumlanmaktadır (Berktaş, [1996] 2000:74).

İslam hukukunun Şeyh-ül-İslamların fetvalarıyla uygulandığı Osmanlı'da, kadın, Müslüman-gayrimüslim ya da erkek-kadın gibi sınıflandırmalarda genel bir ilke olarak,

erkeğin yarısı değerindedir. Örneğin miras hukukunda kişinin kızının alacağı pay oğlunun payının yarısı kadar; kanıtla ilgili hükümlerdeyse iki kadının tanıklığı, ancak bir erkeğin tanıklığına eşittir (Imber, 2000:77-78). Osmanlı Devleti'nde kadının konumu şeriat hukuku kurallarıyla belirlenmiştir.

Osmanlı Devleti'nde kadınların tarihin dışında tutulmasında evliliğe ve giyim-kuşama bağlı zorunluluklar bu süreci hızlandırmıştır. Kadınlar, mahremiyet gereği örtüyle görünmez kılınmıştır. Fatih Sultan Mehmet Devri'ne kadar örtünmenin olmadığı, örtünme ve Harem geleneğinin İran ve Bizans (Göksel,1993:129) kültürlerinden alındığı söylenmektedir. Çok eşlilik, Osmanlı'nın kurucusu Osman Gazi'den sonra sarayda görülür.

Osmanlı'da, kadınların toplumsal konumunda radikal değişim kafes, peçe, çarşaf gibi uygulamalarla başlar. Önceleri yalnızca peygamber eşlerinin giymekle zorunlu olduğu çarşaf, zamanla bütün Müslüman kadınlara şart koşulduğu gibi, Osmanlı'da da kentli hanımların tümüne (kararname ve polis tarafından zorla) benimsetilmiştir (Caporal, 1982:141). Ancak denetim altına alınan kamusal alanlarda, çarşaf ve peçeyle yetinilmez. İster saray ister konaklarda olsun kadınların oturduğu yer, erkeklerinkinden ayrılmış; kadın ve erkeğin birbirini görmesi, her türlü alışverişte bulunması yasaklanmıştı (Çakır, [1994] 2011:226). Öyle ki Meşrutiyet Dönemi'ne kadar kadınlar, toplu taşıma araçlarında, erkeklerden ayrı bölümlerde seyahat etmiştir. Oysa Genceli Nizami'nin İskendername'sinde, Türk kızlarının örtünmesiyle ilgili olarak Anadolu topraklarında yaşamış olan Kıpçak Türklerinin bakışı Osmanlı'ya göre çok daha farklıdır:

Yüz örtmek âdetimiz değildir
Yüzünü örten kimseler
Güneşi ve ayı göremezler...
Evet, hepimiz şahın emrindeyiz,
Ancak törelerimizden el çekmeyiz (Cebeci, 2001:54).

Osmanlı Devleti'nde yaşayan kadınlarına ait bilgilere mahkeme kayıtlarında, minyatürlerde, Divan edebiyatı şiirlerinde, romanlarda, dergilerde, Enderunî Fazıl Bey'in *Zenanname*'sinde, Şemsettin Sami'nin *Kadınlar* adlı kitabında ve Topkapı Sarayı'nın Kütüphanesi'ndeki bazı kayıtlardan ulaşılabilmektedir. Araştırma kapsamında yer verilecek olan kaynaklar arasında aşkın en önemli konu olduğu divan edebiyatında, güzellik de aşk kadar önemlidir (Çetinkaya, 2011:167). “Kadın”, estetik değer bakımından divan edebiyatının en önemli konusudur; çünkü “sevgili tipi” hayali bile olsa daima güzellik unsurları ile nitelendirilir. Bu dönemde 50 civarında olduğu tahmin edilen (Agâh Sırrı Levend'in öne sürdüğü tahmini rakam üzerinden) kadın divan şairlerinin erkek divan

şairlerine oranı yüzde bir ya da en fazla yüzde iki olduğu iddia edilmektedir (Özkan, 2011:102-119).

Osmanlı'da kadın güzelliğinin nasıl algılandığı, 1790'da Enderunî Fazıl tarafından yazılmış *Zenannâme* (kadına dair yazılan eser) kitabında bulmak mümkündür. Kitapta, imparatorluk sınırları içinde yaşayan kadınlara erkek bakışının çizdiği profil okunmaktadır. Buna rağmen Osmanlı'da tek tip bir kadın olmadığı, etnik, dinsel ve sosyal açılardan farklı kadınların bulunduğu bir kültürel çeşitlik vurgulanmıştır. Anadolu'da Bizans ve Osmanlı Döneminde, Müslüman-Türk kadınının kültür mirası ve kimliğinin oluşumunda Rum, Ermeni ve Musevi kadınlarının varlığı ve Anadolu mozaığının baş döndürücü parçaları (Kafadar, 1993:192) hatırlatılmış olur. Bu kadınların yaşamı ile ilgili bilgilereyse kadın figürlerinin nadiren yer aldığı minyatür sanatından ulaşılır (Görsel 3.2). Tablolarda genelde kutlamaları ve cenaze törenlerini geriden izleyen, dışarlık kıyafeti giymiş kadınlara, cariyelere ve çeşitli müzisyenlere yer verilmiştir (Micklewright, 2000:147-151). Minyatürlerde, kadın çalışmaları az olmakla birlikte, günlük yaşamı yansıtmaları bağlamında ele alınmıştır.



Görsel 3.2: Enderunî Fazıl Bey'in *Zenannâme*'sini süsleyen ve Kâğıthane'deki Sadâbâd keyfini temsil eden bir minyatür: Osmanlı Dönemi'nde İstanbul'da, mesire; yani gezinti yeri anlayışı, kadın kıyafetleri ile modada büyük bir zarafet yaratmıştır (Erişim:

<http://www.thegate.boyut.com.tr/index.asp?ct=459,460&a=69988#>, 2011).

Kadınların Osmanlı siyasetindeki rollerine ilişkin bilgilere bugün Valide Sultanları (Hürrem ve Kösem Sultan gibi) anlatan kitaplardan -fantezi kurgular dışında- ulaşmak mümkündür. Ancak Harvard Üniversitesi'nde tarih profesörü olarak görev yapan Cemal Kafadar, *Kim Varmış Biz Burada Yoğ İken*'de (2009), kadın araştırmalarına farklı

bir bakış açısı sunmaktadır. Osmanlı kültür hayatında kadınının yerinin, özellikle saraylı kadınlarla sınırlanmaması gerektiğine inanan Kafadar'ın, Topkapı Sarayı'nın Kütüphanesi'nde yürüttüğü araştırma, bir Osmanlı kadınının günlük yaşantısı ve dünya görüşünü anlamak açısından önemlidir. Kitabın, “Üsküplü Asiye Hatun'un Rüya Defteri” bölümünde 17. yüzyılda yaşamış olan bir Osmanlı kadınının üzerinde İslam dininin etkilerini görmek mümkündür. Aşağıda anlatılan rüyalar aracılığıyla, bir Osmanlı kadınının kişilik gelişiminde geri kalmışlığın izlerine rastlanabilir:

1630'un sonlarında Veli Dede isimli bir şeyhe bağlı olan Asiye Hatun, Allah'ın yedi ismini zikretmeye icazet alacak kadar ilerlemişken şeyhini bırakır. Sebebi bilinmez, suçun kendisinde olduğunu düşünür. Hatun böyle iken (...) Muslihüddin isimli bir başka şeyhin ünü ve kerametlerini duyar. Belki de şeyhin yakışıklılığını duymuştur? [Burada Kafadar parantez açarak: “Zaten Asiye Hatun'un rüyalarında kıyafet/fizyonomi bilimi geleneğinde görüldüğü gibi, iyi insanlar hep güzel; kötülerse çirkindir” açıklamasını yapar]. (...) Asiye Hatun rüyalarını yazıya döktüğü sırada evli değildir, (...) ancak evlilik motifi sık sık boy gösterir. İlk rüyasında Muslihüddin Efendi'yle evlendiğini görür. (...) Şeyhinin kendisini bir kere kucaklayıp sıktığını görür... (...) Bir diğer rüyada nikâhtan sonra şeyhiyle aralarında mahremiyet olup, mübarek eliyle cismine dokunacağı ve hatunun tüm beden marazlarının iyileşeceği müjdelenir. Şeyh ölümünden sonra (...), yerine geçen oğlu Hasan Efendi devreye girer (...) (Aktaran Kafadar, 2009:130-132).

Osmanlı'da kadınların toplumsal konumunun anlaşılma çalışıldığı metin ve resimlere ilaveten bir başka çözümleme alanı olan Divan şiirinde abartılı bir güzellik anlayışı görülür. Şairlerin neredeyse tamamının erkek olduğu hatırlandığında, bu kadın tipinde ideal ile gerçek arasında hangi çizgide durulduğunu kestirmek zordur. Divan şiirinde güzel kadın, gamzesi, dişleri, gözleri, kirpikleri, kaşları, saçlarıyla ön plana çıkmış; hatta bu uzuvlarla din, savaş, efsane, astroloji gibi kavram ve motifler arasında ilişkiler kurulmuştur (Cebeci, 2001:26-27). Divan şairi Vali (16. yy) siyah elbiseler içindeki bir kadının gizlenmiş fiziksel güzelliğini ve teninin parlaklığını, bir savaş aletine benzetererek (42): “*Ol siyah elbisenle ey şu güzel kadın (ya da kız). Kılıf içinde yatan parlak kılıcsın sen*” diye mısralar. Ancak Divan edebiyatında kadın sadece övülmemiş, madalyonun arka yüzünde pek çok şiire de konu olmuştur. Güzelliği ile erkeği büyüleyip, yakan kadın, bazı yerlerde düşmana, şeytana veya çirkin bir kocakarıya dönüştürülmüştür. 21. yüzyıla kadar uzanan “saçı uzun, akli kısa” yakıştıması divan şiirinde Fuzuli'nin şu beytinde görülmektedir (Cebeci, 2001:65): “*Saçına bağlanup aldanma kadınların sözüne,/*

Sevdiğim, kadının akli kâh uzanır, kâh kısılır”. Bu mısranın verdiği mesaj daha önceki bölümlerde öne çıkan olumsuz kadın imajında bir değişim olmadığı yönündedir.

Kadınların toplumsal konumunun anlaşılmasında bir başka örnek olan mahkeme kayıtları, kaynak niteliğindedir. Kayıtlarda kullanılan dil, örneğin Müslüman kadınlardan “hatun”, “sakine” (bacı, yenge vs.) diye söz edilmesi, kadınların toplumsal hiyerarşideki statüsünü hem yansıtmakta, hem de yeniden üretimine işaret etmektedir (Göçek & Bear, 2000:61).

Öte yandan bu dönemde kadınların belirli haklara sahip olmasını savunan isimler de olmuştur. Türkiye’de feminist hareketin öncüsü kabul edilecek bazı oluşumlar Osmanlı Devleti’nin son döneminde atıldığı dile getirilmektedir. Bu reformcu akımın öne çıkan kişisi, Şemsettin Sami’dir. Sami, “kadınların eğitiminin toplumsal önemi” gibi konulara değinmiş ve sorunların İslam’ın yanlış yorumlanmasından/uygulanmasından kaynaklandığını belirtmiştir. O da diğer düşünürler gibi kadın-erkek eşitsizliğindeki önemli sorunun cinsiyetten değil, kültürel koşullanmadan, eğitimdeki fırsat eşitsizliğinden kaynaklandığı gerçeğini görememiştir (Güvenç, [1993] 2008:219).

Güçlü bir dünya imparatorluğu kuran Osmanlı toplumunda kızların eğitimi, düşük bir seviyede kalmıştır. Tanzimat’tan önce eğitimin, mekteb-i sibyan’larda verilen dini ilköğretim ve bu amaçla kurulan medreselerde sürdüğü, ne var ki kızların medreseye alınmadığı bilinmektedir (Coparal, 1982:101-102). Osmanlı’nın, Arap ve Hilafet geleneğini sürdüren yapısı kız çocuklarına, kendileri için tasarlanan bir koca hayali sunmuştur. Kadınların yıllarca süren aşağılanmalar, eğitim ve öğretimde görülen savsaklamalar ve hukuksal uygulamalar yüzünden bu duruma düştüğü ifade edilmektedir (Nuri, 1993:148).

Osmanlı imparatorluğu, 16. yüzyıldan itibaren, duraklama dönemine girer. Kurallı, kalıplı, dışa kapalı Osmanlı kültürü, değişim yerine elindekileri koruma kaygısına düşer (İnalcık, [2007] 2009:80). Çok dilli, çok dinli, çok kültürlü İslam devleti olarak doğan Osmanlı’nın ekonomisi zayıfladıkça, kültürel çeşitliliği bir arada tutma gücü zayıflar. Devlet yönetimine akıl yerine “inanç” egemen olur. Meşrutiyet Anayasası’nı hazırlayan yeni Osmanlılar (Ebüzziya Tefik, 1973) ile Pan İslamcı (Kur’an 1986) düşünceler aynı anda filiz verir. (Güvenç, [1993] 2008:217-218). Aralarında farklı eğilimleri barındırsa da rasyonalist ve pozitivist düşünceye inanan Abdullah Cevdet (1869-1932), Celâl Nuri İleri (1877-1939) ve Tefik Fikret (1867-1915) gibi Batıcıların, evrensel hümanist değerler bağlamında kadına yaklaştıkları yorumlanmaktadır (Kayhan, 2005:23).

Tevfik Fikret'in *Rübâb-ı Şikeste* adlı kitabında kocasından çektiği sıkıntılar yüzünden vefat eden kız kardeşine yazdığı "Hemşirem İçin" adlı şiirinde bu yaklaşımı görmek mümkündür:

(...)
O kadar duygulu, o kadar akıllıydın ki, düşmeseydin o aileye
Belki kadınlıkta büyük bir adın kalırdı,
Yaşardı belki onun gölgesinde torunların.
Sen inmedin, indirdiler seni o pis yere,
Sen ölmedin, seni öldürdüler, zavallı kadın!
(...)
Hiçbir zaman alçalmak olmamalı kadınlığın payı,
Hiçbir zaman işkence görmemeli iyi yürek,
Bir düşerse kadın, ne olur insanlığın hali,
Ama bakın bir de ortalığa.
Onların payı ne?
İşte korku, işte acı, işte yumruk ve işkence!
(Fikret, 1900; Aktaran Abdülkadir Meriçboyu, [1967] 1983:101-103)

Meşrutiyetle birlikte feminist duygular filizlenmeye, devlet sınırları içinde özgürlük ve eşitlik düşünceleri kısıtlı da olsa yayınlar aracılığıyla dolaşmaya başlar. Bu yayınlarında görücü usulü evlilik eleştirilmiş, çok eşlilik yerden yere vurulmuş, sağlıklı ve doyurucu bir cinsel yaşamın önemi üzerinde durulmuş, kadının, erkekle eşit derecede cinsel haz alma hakkı olduğu vurgulanmış, kişinin kiminle cinsel ilişki kuracağını seçmeye hakkı olduğu üzerinde durulmuştur (Schick, 2011:266-67). Ne var ki Kadın, Kadın Bahçesi, Kadınlar Duygusu, Kadın Kalbi gibi bazı dergilerde, kadın yazarlara ifade özgürlüğü tanınmış olsa da, bu özgürlük uzun sürmemiştir. Yine de Berktaş'a göre (2011) 19. yüzyılda cesurca savunulan Osmanlı feminist hareketini anlamak bakımından Kadınlar Dünyası Dergisi'nin 1940 (Hicri 1359) yılı Nisan sayısı önemlidir:

"Evet, Osmanlı erkeklerinden bazıları bizi, biz kadınları müdafaa ediyorlar, görüyoruz, teşekkür ediyoruz. Hatta Doktor Abdullah Cevdet Bey gibi kendisini sınıfımızın bir vekil-i müdafî zan edenlere dahi tesadüf ediyoruz. İfrad-ı zahmetine acıyoruz. Biz Osmanlı kadınları kendimize mahsus adat ve adabımız vardır; onu erkek muharrirler, bir kadının anlayacağı ruhla anlamazlar. Lütfen bizi kendimize bıraksınlar... Biz kadınlar hukukumuzu bizzat kendi içtihadımızla müdafaa edebiliriz... Erkekler bizi daima mahkûm, daima esir etmişlerdir. Erkekler yüzünden asırlarca, hatta dünya, dünya olalı çekmekte olduğumuz zulmün def'ini bugün biz, erkeklerin mürüvvetinden istemeye tenezzül eder miyiz?" (1359; Aktaran Berktaş, Radikal Gazetesi, 04.10.2011).

Sahibi (Nuriye Ulviye Mevlan) ve yazı kadrosunun tamamının kadın olması etkisiyle de, Osmanlı kadınının sesini dile getiren ilk yayın olan Kadınlar Dünyası'nda kadın imajının sorgulaması da yapılıyordu:

“(…) Bizde kadınlık, siyah bir kefen içindedir. Bizim kadınlarımız, bir Fransız edibinin dediği gibi ‘şekli kaybolmuş varlık’tan ibarettir. Bizde kadınlar, dünyanın bütün kadınları, bütün insanları gibi yaşayıp ölemezler; sürünülecek geçirilen bir yaşam içinde ölü gibi yaşamaya mahkûmdurlar. Ben aksi ve yeknesak çarşaflarımızla kendimizi Şark’a ait bir tablonun kenarına sıkıştırılmış bir ‘siluet’e benzetiyorum. Simsiyah bir gölge... İşte bizim kadının kısaca tarifi bundan ibarettir” (Ferda, 1329:14; Aktaran Çakır, [1994] 2011:165).

“(…) Bizde kadın, erkeksiz yaşayamaz, bir hane bile kiralayamaz. Bizde kadın, erkeği ölür ve maaş bırakmazsa aç kalır; çünkü geçimini temin etmesinin imkânı yoktur. Hizmetçilik de kolay bulamaz, zira ekser evlerde kadınlar hizmetçidirler. Bizde kadını, kocası istediği zaman sebepsiz yere boşar. Kapı dışarı atar. Bizde kadının, erkeğinden şikâyetini kimse dinlemez. Hanede erkek karısına bildiği, istediği gibi muamele eder. Bizde kadın şarkı söyleyemez, dans edemez; saz çalsa bile gizli çalar. Bizde kadın, umumi mahallere girebilmek şöyle dursun, hızlı lakırdı bile edemez, herkesin ayıplayan bakışları altında ezilir. Bizde kadın, sokaklarda, mesirelerde bile peçe altında hüviyeti meçhul koyun sürüsü gibi gezer” (Cemil, 1330:4-5; Aktaran Çakır, [1994] 2011:166).

20. yüzyılın başında Pazartesi ve Perşembe günleri çıkarılan Hanımlara Mahsus Gazetesi'nde şiirler, moda yazıları, nakış, çocuk bakım dersleri, sosyal faaliyetler ve dünya haberleri vardı (Yaraman, 2001:41). Cinsiyet eşitliğine sahip çıkan kadın hareketi sayılabilecek gazete ve dergiler olduğu gibi, Batılı giyimi ve güzellik bilgilerinin verildiği dergiler de çıkarılmaya başlanmıştır. Geleneksel dergiler dikkate alındığında Tanzimat umut vericidir. Ancak II. Meşrutiyet, ne kadınlara ne de toplumun geri kalan kesimine beklenen özgürlükleri getirmez, yine de var olan görece bir özgürlük ortamından kadınlar da paylarını alırlar, birbiri ardınca “kadın dernekleri”⁴⁷ kurulur (Berktaş, 2004:16). 1923'te siyasi amaçlı bir kadın derneği olan “Kadınlar Halk Fırkası” kurulur ve başkanlığına Nezihe Muhiddin getirilir (Çakır, [1994] 2011:126). Ancak kadın imajının değişmeye başladığını söylemek için erkendir; çünkü aynı yüzyılda kızların eğitiminin hala ilkökul düzeyinde kaldığı gerçeği değişmemiştir.⁴⁸

⁴⁷ Öyle ki 1918'de, Kurtuluş Savaşı'na katılan bütün güçleri bir araya getirip seferber etmek için oluşturulan Milli Kongre'ye katılan 51 örgütün 16'sı, çeşitli amaçlarla kurulmuş olan kadın örgütlerdir (Berktaş, 2004:16).

⁴⁸ 1862'de ilk kız rüştiyesi, 1869'da kızlar için zorunlu sıbyan mektepleri ve 1870'de ilk kadın müdire atanması ve aynı yıl kız öğretmen okulunun açılması önemli adımlardır (Berktaş, 2004:12).

Bu dönemde kızların eğitimi sorununa Cumhuriyetçiler ve İslamcılar arasında karşıt görüşler yükseldiği görülmektedir. İslamcılara göre imparatorluğun çöküşü şeriat kurallarına uymamaktan ileri gelmiştir. Direniş bitmez, ama sonunda, 1913 yılında ilk kız lisesi, 1914'teyse üniversitede ilk dersler verilmeye başlanmıştır (Coparal, 1982:77-113). Kısacası Tanzimat öncesi ve sonrası olarak iki bölümde değerlendirilmesi gereken Osmanlı'nın ilk döneminde, İslamiyet'in etkisinin yanı sıra Arap ve Bizans kültürlerinin de etkisinin belirgin olduğu görülmüştür. III. Selim ile başlayan Batılılaşma hareketi, Tanzimat'la son bulmuş; ancak asıl değişim yeni doğacak olan Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ne kalmıştır (Diçkol, 1998:44-46). Bundan sonraki bölümlerde kadının nesneleşme süreci baş döndürücü bir hızda ilerleyecektir. Bu döngü içinde kadına vatandaşlık hakkı tanıyan, laiklik, demokrasi, bağımsızlık ve çağdaşlaşma gibi değerlerin öncüsü Atatürk, bir ulusal kahraman olarak görülecektir. Mustafa Kemal, dünyayla aynı anda yeniliği yakalamak, değişimi ve toplumu örgütlemek, hedefleri ve kültürün varlığını önemseyen fikirleriyle modernleşme ve “modern kadın” kimliğinin şekillenmesinde etkili bir lider olacaktır.

3.1.2. Türkiye Cumhuriyeti'nde Kadın Kimliği

Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin kuruluşunda, Kurtuluş Savaşı sırasında Türk kadınlarının desteği ve kahramanlık hikâyeleri yaygın olarak anlatılır. Cepheye mermi taşıyan, savaş alanında çarpışan kadınların resimleri (Görsel 3.3) ve “asker mektupları”⁴⁹ birer belge niteliğindedir. Anadolu'da kültürel yaşamla birlikte geri planda bırakılsa da kadınlar, üretimde her zaman aktif bir rol oynamışlardır. Türk kadınının İslamiyet öncesi dönemlerden taşıdığı göçebe kültürünün izleri, savaş koşullarında açığa/dışa vurulur. Atatürk çağdaş bir kültür yaratmaktan, düşünce özgürlüğünün bir ön koşulu olarak laikliği

⁴⁹Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. A. Mete Tunçoku, Avusturalya ve Yeni Zellanda arşivlerinde Çanakkale Savaşı'nda Türk kadın savaşçıların Mehmetçik'le omuz omuza savaştığını doğrulayan belgelere ulaşmıştır. Avusturalyalı piyade er J.C. Davies'in annesine yazdığı mektupta “18 Mayıs 1915'te keskin nişancı bir Türk kızı, gizlendiği yerden gün boyunca ateş etti ve pek çok adamımızı vurdu. Ancak gün batmadan bir Avusturalyalı tarafından vurulmasına gene de çok üzıldüm. Güzel yapılı 19-20 yaşlarında bir genç kızdı... Genç kızın bedeninde tam 52 kurşun yarası vardı” diye yazar. Mısır'da yayınlanan The Egyptian Gazette'de yer alan ve bir askerin İskenderiye'den ailesine yazdığı bir mektupta “15 Ağustos 1915'te savaşa katıldık... Keskin nişancı Türk kadın savaşçıların ateşi altında adeta cehennemde ilerlemek gibi bir şeydi bizimkisi. Burada çarpışanların çoğu kadın ve kız. Kendilerini yeşile boyamış, ağaç ve bodur bitkilerle uyum sağlamış” sözlerine yer verir. Yeni Zellenda'dan gelen Otoga Birliğine mensup bir askerle yapılan görüşmede savaşta ele geçirdikleri keskin bir nişancının, kadın olduğunu gördüklerinde şaşırıldıklarını açıklar. Tunçoku, bu örnekler sonunda kadın savaşçıların aldığı rolün, bireysel birkaç olaydan çok, örgütlü bir eylem olduğu kanısına varmaktadır (Tunçoku, 2010; Erişim: <http://www.nkfu.com/kurtulus-savasinda-turk-kadini>).

temel ilkeler içinde benimsemekten başka bir seçenek olmadığını vurgulamış ve bu yolda kadınların desteğini almıştır.

Türkan Arıkan’a göre Atatürk, Türk kadınının başarısını anlatırken onu yere göğe sığdıramaz. Öyle ki Türk kadını “Eti”lere, “İskit”lere ve hatta gerçekliği bilimsel yollardan ispatlanamayan (belki de sansüre uğramış) “Amazon” kavminde yaşayan savaşçı kadınlara benzetir. Kurtuluş Savaşı’nda yanında yiğitçe savaşan Kara Adile Hanım’la (Adile Onbaşı) karşılaştığında, önünde diz çöken bu kadına: *“Kahraman Türk kadını sen (!) yerlerde sürünmeye değil, omuzlarımızın üstünde göklere kadar yükselmeye layıksın”* demiştir (Arıkan, tarihsiz:15). Anadolu kadını, Milli Mücadeleyle ülkesinin tarihini yazarken Halide Edip, Nimet Hanım, Fatma Seher Hanım (Görsel 3.4), Fatma Aliye Hanım, Fehime Nüzhet Hanım, Nakiye Hanım, Şair İhsan Raif Hanım, Meliha Hanım, Naciye Hanım, Münevver Saime Hanım, Makbule Hanım, Melek Reşit Hanım, Asiye Remzi Hanım, Seyyide Hanım, Nasra Necip Hanım, Ulviye Hanım gibi isimler öne çıkmışlardır. Öyle ki Genel Kurmay Harp Tarihi Enstitüsü’ndeki belgelerde ismi geçen kahraman kadınlardan Gördesli Makbule Hanım, evlendikten hemen sonra, kocası Halil Efe ile bir çete örgütlemiş, birkaç ay direnmiş, 16 Mart 1922’de başından aldığı bir kurşun yarasıyla şehit düşmüştür (Yaraman, 2001:109-126).



Görsel 3.3: “Kurtuluş Savaşı’nda Türk kadını” (Erişim: <http://www.nkfu.com/kurtulus-savasinda-turk-kadini>, 2010).



Görsel 3.4: Erzurumlu Fatma Seher Hanım (ortada). Silah kullanan, ata binen ve savaşta kendisine görev verilmesini isteyen bu yiğit kadın, Sivas'ta Mustafa Kemal Paşa'nın "*Bütün kadınlar senin gibi olsa idi Kara Fatma*" cevabının ardından "Kara Fatma" lakabını alır. Aldığı talimatla İstanbul'a gelir, Pire Mehmet ve Laz Tahsin ile birlikte 15 kişilik çete kurar. İzmit'e geçtiklerinde sayıları 96'yı bulur. Albay Neşet Bey'in emrinde savaşır, Fındıktepe'yi başarıyla savunur (Kalıpçı, 1998) (Erişim: <http://gaziaturk.blogcu.com/kadin-kahramanimiz-fatma-seher-hanim/5014512>, 2009).⁵⁰

Kurtuluş Savaşı sonrası kadınlar, Medeni Kanun'la (1925) birlikte ulusal yapı içinde yerini almaya ve öğrenim alanındaki olanaklardan yararlanmaya başlarlar. 1937 Anayasasının din ve devlet işlerini ayıran "Laiklik" ilkesini kapsamamasından önce, 1 Kasım 1928'de Harf Devrimi, 3 Nisan 1930'da kadınlara Belediye Meclislerine seçme ve seçilme hakkı, 5 Nisan 1934'de Milletvekili seçme ve seçilme hakkıyla birlikte Türk kadınına eşit yurttaşlık hakkı tanınmıştır (Arat, 1980:77). Bu haklarla Avrupalı kadından daha üstün bir konuma geçen Türk kadınının, 1 Mart 1935'de Meclis'te oluşturduğu milletvekili sayısı 18'dir.⁵¹

⁵⁰ Tanin Gazetesi'ne (1923), müfrezesinde 43 kadından önce 28'inin, I. ve II. İnönü Savaşları'ndaysa 18 kadının şehit düştüğü yıllarda Afyon harbinde düşmana esir olduktan sonra kaçmayı başardığını, Bursa cephesinde savaştığını ve üsteğmenliğe terfi ettiğini anlatan Fatma Seher Hanım'ın, kadınlar hakkındaki görüşlerini şöyledir: "*Bundan sonra erkek, kadın hep beraber çalışacağız. Kadın peçesiz ve yüzü açık gezmekle iffetini kaybetmez. Zaten memleket bizden o kadar çok hizmet istiyor ki... Bunlar arasında peçe ve çarşafı düşünecek halde değiliz. İstanbul'daki hemşerilerimize silah kapıp cephaneye gidin denilemez; fakat onlara düşen iş, silah kullanmaktan daha büyüktür. Şimdiden sonra Anadolu'ya gitmeli ve cahil Anadolu kadınının gözünü açmalı. Anadolu halkı hele kadınları, İstanbullu hanımları seve seve karşılayacak, onların söylediğini harfiyen yapacaktır. Kadın neden erkek kadar çalışmasın? Çocuklarımız mutlaka okumalıdır. Ben çok iyi biliyorum ki, bugün, Anadolu'da erkek ve kız bütün çocuklar okuyacak olurlarsa, Anadolu'nun hali değişecek, Türk'ün yüzü gülecek, işi düzelecek, bütün bâtıl düşünceler kalkacak, Türkler yaşamaya başlayacaktır. İşte bu maksatla küçük kızımı okutmak için şimdiden çalışıyorum"* (İlknur Kalıpçı, Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, Kasım 1998; Erişim: <http://gaziaturk.blogcu.com>).

⁵¹ Bugün Meclis'te milletvekillerinin cinsiyete göre dağılımı 469 erkek, 79 kadın; toplam 548'dir. Kadın milletvekili oranı ise yüzde 14.41'dir (TBMM resmi internet sitesi, 2013)

Atatürk, Fransız Devrimi’ni örnek alarak aydınlanma çağının pozitif yaklaşımına bağlı kalmıştır. Türkiye’de kadının durumunu dönüştürecek tüm reformları altı başlık altında gruplandırmıştır:

- A. Kadın ve Eğitim
- B. Kadın ve Hukuk
- C. Ailede Kadın
- D. Kadın ve Çalışma
- E. Toplumsal Yaşamda Kadın
- F. Kadın ve Siyaset (Caporal1982:161).

Mustafa Kemal, eğitimi kadın açısından bir hak olarak görmez. Genç kuşakları yetiştiren anne adaylarına eğitim görmeyi “ödev” olarak açıklar, kadınların erkeklerden ve çocuklarından daha bilgili olmasını ister. Türk kızlarına öğretim eşitliği sağlamak adına 20 Nisan 1924’te Anayasanın 87. Maddesini değiştirerek “İlköğretim zorunluluğu” ilave eder (Göksel, 1993:160). Asıl amacı kadınları hurafe ve masallarla dolu gelenekten uzaklaştırarak, onlara sağlam temelli ve bilime dayalı bir dünya görüşü kazandırmaktır. Nitekim 1935 yılı ile 1985 yılına arasında okuma-yazma bilmeyen kadın sayısında 3/2’lik bir azalma görülmüştür (Tablo 3.1) Atatürk’ün 1923 yılında, kadının erkekle birlikte sosyal yaşama katılması yönündeki ifadesi şöyledir:

“Daha endişesiz ve korkusuzca, daha dürüst olarak yürüyeceğimiz yol vardır. Büyük Türk kadınıni çalışmamızda ortak yapmak, hayatımızı onunla birlikte yürümek; Türk kadınıni ilmi, ahlaki, sosyal, ekonomik hayatta erkeğin ortağı, arkadaşı, yardımcısı ve koruyucusu yapmak yoludur” (Aktaran Doğramacı, 1993:21).

Tablo 3.1**1927-90 Yılları Arasında Sosyal Değişim**

Sayım Yılı	Okuma-Yazma Bilmeyen Kadınların Sayısı	Okuma-yazma Bilmeyen Erkeklerin Sayısı	Ekonomik Açıdan Faal Kadın-Erkek Nüfusu	Ekonomik Açıdan Faal Olmayan Kadın-erkek Nüfusu	Mesleksiz Kadın Sayısı
1927	-		35.10- 82.32	64.90- 17.68	75.17
1935	90.19	70.65	57.60- 91.41	42.40- 8.59	60.03
1940	87.08	63.80	59.13- 95.29	40.87- 4.71	42.49
1945	83.16	56.33	71.70- 8928	28.30-10.72	77.88
1950	80.15	54.26	72.27- 94.05	27.73- 5.95	36.63
1955	74.14	43.94	72.01- 95.34	27.99- 4.66	-
1960	75.11	46.33	65.35- 93.60	34.65- 6.40	35.80
1965	67.11	35.86	56.62- 91.83	43.38- 8.17	43.40
1970	58.20	29.69	50.25- 79.46	49.75- 2054	50.25
1975	49.95	23.74	47.28- 80.87	52.72- 19.13	49.88
1980	45.32	20.01	45.77- 79.76	53.97- 1964	53.12
1985	31.77	13.45	43.61- 78.26	56.17- 21.46	55.05
1990	-	-	-		45.54

Kaynak: *Atatürk'ten Günümüze Sosyal Değişmede Türk Kadını* kitabından alınmıştır (Doğramacı, 1993:42-54).

Cumhuriyetle birlikte kadını toplumsal yaşamda erkeğin gerisinde bırakan engeller kaldırılmaya başlanır. Bu bağlamda kadını sosyal yaşamda kısıtlayan tesettüre sıra gelir. Önce kadının çarşaf, peçe gibi örtülerini; sonra tramvay, vapur ve trenlerde erkeklerle kadını ayıran perdeleri ve özel bölümleri kaldırılır. Kıyafet devriminden sonra kadınlar gözle görünür olur; sabun, pudra, krem gibi güzellik ve temizlik ürünleri ile güzellik, sağlık, neşe ve gençlik vurgulanır (Gürsoy, 1998:24). Mustafa Kemal'in örtünme konusundaki sözleri şöyledir:

“Bazı yerlerde kadınlar görüyorum ki başına bir bez ve peştamal veya buna benzer bir şeyler atarak yüzünü gözünü gizler ve yanından geçen erkeklere karşı, ya arkasını çevirir veya oturarak yumulur. Bu tavrın anlamı ve işareti nedir? Baylar, uyar bir millet anası, millet kızı bu garip şekilde, bu vahşi duruma girer mi? Bu durum milleti çok gülünç gösteren bir görüntüdür. Derhal düzeltilmesi gerekir” (Atatürk, 1927; Aktaran Arıkan:19).

Atatürk, kadın güzelliğinin hem fiziksel, hem de zihinsel kısmıyla ilgilenmiştir. Bu doğrultuda Batılı ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de güzellik yarışmaları düzenlenmesini desteklemiştir. 1923’de, ilk kez bir Türk kadını “dünya güzeli” seçilir. [Ne ilginçtir ki]

Kraliçe, son Şeyh-ül İslam'ın torunu olduğu dile getirilen Keriman Halis'tir (Caporal, 1982:652). Türk kadınının dünyanın en güzel kadını olduğunu savunan Atatürk, Keriman Halis'in bu başarısına şaşırmadığını şu sözlerle dile getirir:

“(…) Şunu hemen ekleyeyim ki, Türk ırkının dünyanın en güzel ırkı olduğunu tarihi olarak bildiğim için Türk kızlarından birinin dünya güzeli seçilmiş olmasını, çok tabii buldum. Fakat Türk gençliğine bu münasebetle şunu hatırlatmayı gerekli görürüm: Övünç duyduğumuz tabii güzelliğimizi fenni şekilde korunmasını biliniz ve bu yolda bir gelişmenin sürekli olarak gerçekleşmesini ihmal etmeyiniz. Bununla birlikte, asıl uğraşmaya zorunlu olduğumuz şey, analarımızın ve atalarımızın oldukları gibi, yüksek kültürde ve yüksek fazilette dünya birinciliğini tutmaktır” (Aktaran Arıkan:33).

Atatürk, erkeğin arkasında olması gereken, onun namusu ve evin geçiminden sorumlu olan klasik kadın tipi yerine, erkekle yan yana, el ele yürüyen çağdaş bir kadın ideali önermiştir (Görsel 3.5). Dünyada görülebilecek her şeyin kadının eseri olduğunu dile getirerek, bir anlamda kadını, Tanrıçalar dönemindeki gibi yüceleştirir. Kadını modern kıyafetler içinde görmek istemiş, ama dış görünüşe ikinci derede önem vermiştir. Önceliğini, *“Asıl mücadele alanı, kadınlarımız için görünüş ve kıyafette başarıdan çok, asıl başarılı olunması gereken alan ışıkla, kültürle, gerçek faziletle süslenmek ve donanmaktır”* (Atatürk 1927; Aktaran Arıkan:29) sözleriyle açıkça belirtir. Onun “güzel kadın” idealinde kadınlara söylemek istediği “kişiliğinizi güzelleştirin” mesajı olmuştur.



Görsel 3.5: Mustafa Kemal'i Haydarpaşa'da karşılayan kadınlar (1929) (Erişim: <http://www.ataturktoday.com/AtaturkGunlugu/AgustosAugust/6.ht>, 2011).

Türkiye'nin Batılılaşma ve uygarlaşma politikasını, sadece kentli kadınlara ulaşması, kırsal kesim kadınlarını kapsamamasından dolayı eleştiren düşünceler de bulunmaktadır. Şirin Tekeli, aile yasasının laikleştirilmesi ve kadınlara seçme-seçilme hakkı tanınmasının, Osmanlı devletinin teokratik surlarını yıkan ve yeni devleti meşrulaştıran bir ideolojinin öğeleri anlamına geldiğini aktarır (Tekeli,1982; Aktaran Kandiyoti, [1997] 2007:192). Kandiyoti'ye göre Cumhuriyet'in peçesiz yeni kadın kimliğine, yeni sınırlar çizen kurallar benimsenmiştir: “*Neredeyse cinsiyetsiz, kamusal yaşama katılmalarını ve saygı duyulmalarını sağlayan, erkeklere kendilerini cinsel nesne olarak sunmayan, erkekleşen bir kimlik*” (Kandiyoti, [1997] 2007:196-197). Cumhuriyet'e geçişle birlikte politik iktidarın çıkarlarına göre kadınlık ve erkeklik rollerinin tanımlandığı, bu doğrultuda oluşturulan yeni kadın kimliğinin ataerkil sistemin bel kemiğini oluşturan cinsiyet ayrımına hizmet ettiği düşünülmektedir.

Cumhuriyet'in yeni kadın kimliğini problematik bulan bir başka feminist Nilüfer Göle *Modern Mahrem* (1991) adlı eserinde, kadının bir yandan medeniyet projesiyle yaratılan tarihsel dönüşümün, diğer yandan cinsiyet ayrımcılığı (*sexism*) üzerine kurulu İslami toplumsal yapının en büyük mihenk taşı olarak görülmesi gerektiğinin altını çizmektedir. Kemalizm, sol ya da İslami ideolojiler sebebiyle olsun, kadının bastırılan dişiliğinin ve bireyselliğinin cinsiyet ilişkileri çerçevesinde feminizm sayesinde sorgulanmaya başlandığını belirtir. Türkiye'de modernleşme projesini yerel örüntülerin bastırılması, geleneksel değerlerin dışlanması ve Batı modelinin taklidi olması sebebiyle

eleştirir. Bununla birlikte (her ne kadar milli ve bireysel değerler bastırılrsa da) kadın, medenileşme projesinin simgesidir derken; bu projenin, kamusal alana içkin ilk bilinç tohumlarının yerleşmesine yol açtığını, kamusal alana “görünürlük” kazandırdığını da dile getirmektedir (Göle, [1991] 2008:17-171). Ne var ki bu görünürlük cinsiyet eşitsizliği ipini göğüsleyemediği için kadınlar, hukuksal olarak pek çok hakka sahip olmasına karşın tam anlamıyla özgürleşememişlerdir.

“Kadınların İnsan Haklarının Gelişimi ve Türkiye” (2004) başlıklı makalesinde Fatmagül Berktaş, Cumhuriyet dönemi yeni burjuvazi (devletçi elitler)den ve ulusçu ideolojinin temsilcileri olarak Kemalistlerden oluşan, özellikle Mustafa Kemal’in başını çektiği bir “erkek feminizmi”nden bahseder. Genç burjuvazinin somut çıkarları doğrultusunda kadın haklarının tanındığına ve kadının Cumhuriyet Türkiye’si’nin yeni ulusal karakterinin ortaya konmasının aracısı olduğuna değinen yazar, Osmanlı Devleti’nden bağların koparılması için “yeni kadın” simgesine ihtiyaç duyulduğunu belirtir. Berktaş’a göre, nasıl ki kadınların tecridi, örtünmeleri, kamusal alandan dışlanmaları şeriat döneminin çarpıcı bir göstergesi idiyse, şimdi de yasal olarak eşit yurttaş kabul edilmeleri Cumhuriyet’in ayırt edici göstergesidir. Her iki durumda da kadının bir “gösterge”, “simge” durumunda olduğunu söyleyen sosyal bilimci, yine de kadınların özerk kimliklerine kavuşma mücadeleleri açısından şeriatın egemen olduğu bir devlet yerine laik bir ulusal devletin yurttaşı olmalarının daha elverişli olduğunu da ilave eder (Berktaş, 2004: 18).

1980’lere kadar Cumhuriyet yönetiminin oluşturduğu kadın kimliğinin, mutlak surette olası en yüksek değeri oluşturduğu fikri değer kazanmıştır (Birkalan-Gedik, 2009:301). (Cumhuriyet’in ataerkil yapısından dolayı) Medeni Kanun’da eşitlik ve ayrımcılığın kaldırılması yönünde çalışmalar, 1980 sonrası yeni feminist hareketin baskısı ve uluslararası sözleşmelere uyum gereksinmesiyle doğmuş; 1993’ten bu yana TBMM’nin gündemine gelmeyi bekleyen son tasarı nihayet 2001 yılında yasalaşmıştır (Berktaş, 2004: 18). 1980’lerden günümüze kadın hareketi, pek çok feminist ve akademisyenlerin çalışmaları ve sivil toplum örgütlerinin kurulmasıyla gelişme göstermiştir.

1970 ve 1980’lerdeki kültürel politika ve değişimin bir sonucu olarak feminist çalışmalar akademik düzeyde ilerlemiştir. Necla Arat, Aysel Çelikel, Aysel Ekşi ve Türkan Saylan gibi öncü kadınların gayretiyle İstanbul Üniversitesi bünyesinde (1989) Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi (KSAUM) ve Kadın Çalışmaları Bilim Dalı

kurulmuştur. 1990’larda feminizm reformist, sosyalist ve radikal feminizm olarak ayrılmaya başlamıştır:

Türkiye’de feminizmin en belirgin çerçeveleri Kemalist, Marksist ve İslami gelenekler olmuştur. Ancak lezbiyen feminist teori bu alan içinde yoktur. “*Queer teori*”⁵² ile çalışmalar ise henüz bu düzlemde yer bulamamıştır. Bununla beraber heteroseksüel bakış açısı içinde Türk feminizmi araştırma konuları açısından çeşitlenmiştir. 2000’li yılların başında da bu “farklılık” ve “çeşitlilik” fikirlerini destekleyen benzer yazılar görülmektedir (Gedik, 2011:344-345).

Caporal’a göre devrimler ve uygulamaya konan reformlara yönelik en temel eksiklikten biri olan eğitim, kentlerde yaşayan kadınlarla sınırlı kalmıştır. Nüfusun çoğunluğunun kırsal alanda bulunduğu Türkiye’de -yüzde 75 köylü, yüzde 25 kentli, çağdaş dünya ülkelerinde yüzde 80 kent, yüzde 20 kırsal nüfus (Güvenç, [1993] 2008:234)- ne yazık ki kadının gelişimi en çok elit sınıfında gözlenmiştir. 1946’dan itibaren Türkiye’de ekonomik politikalar, emekçi sınıfını kalkındıracak bir etki sağlayamamıştır (Caporal, 2000:116-117). Kadının durumu ile kırsal alanın ekonomik durumu arasındaki ilişki sebebiyle, devrimin ulusal ekonomiyle güçsüz bir bağı bulunan kırsal alanda ve dolayısıyla kadınlar cephesinde istenen başarıyı yakalayamadığı düşünülmektedir.

Denilebilir ki Atatürk’ün çağdaş ülkeleri aşmayı hedeflediği vizyonu, özellikle kadınlara yönelik ülküsü tam anlamıyla gerçekleşmemiştir. Medeni Kanun’da cinsler arası ilişkilerin düzenlenme biçimi, genel olarak ataerkil kabulleniş temeline oturmuş; hukuksal düzenlemenin dışına çıkılan durumlarda, sevgi, duygu, vicdan, özveri, itaat, kutsal görev, namus gibi motifler kullanılarak ve cinsiyet eşitsizliği güncelleştirilerek ataerkil yapı pekiştirilip, devamlılığı sağlanmıştır (Ecevit, 2009). Politik düzlemde de kadınlar, devlet ve din kurumlarını birbirinden ayıran sınırların bulanıklaşması ve aralarındaki güç dengesinde meydana gelen değişimden olumsuz etkilenmişlerdir. Türkiye’de din, devlet ve milliyetçilik üzerine farklı sentezler üretilmiş, dinin devlet içindeki konumunun yükseldiği

⁵² Tuhaf, acayip vb. karşıtlıkları olan 1980’lerin sonunda eşcinsel erkekleri aşağılamak için kullanılan *queer* (Türkçesi ters olarak adlandırılabilir) deyişi, 1990’ların başında “cinsiyet normları dâhilinde” olmayanlarca; yani lezbiyen, gay, biseksüel, travesti, transseksüel (LGBT) ya da interseksüel vb. kişilerce, pejoratif (aşağılayıcı) anlamıyla birlikte sahiplenilmiş, heteroseksüel matrisin dayattığı ikili kimlik rejiminde “öteki” kılınanları ve onların eşit haklar mücadelesini işaret etmeye başlamıştır (Öztürk, 2011:5). Queer teorisinin öncü temsilcilerinden Judith Butler da, cinsiyetin biyolojik olmayan performansa dayalı kısmına dikkati çeker (Butler, 2008).

bir sürece girilmiştir. Diğer yandan toprak reformu yapamayan, hakça bir gelir dağılımı gerçekleştiremeyen Cumhuriyet Türkiye'si, yurttaşlarına hak-görev eşitliği sağlayamamıştır (Güvenç, [1993] 2008:282). 12 Eylül 1980 sonrası ortaya çıkan ve kadınların ikincilliğini gündeme getiren Türk-İslam Sentezi, İslam'a ve orduya dayanan bir karşı devrim olarak laikliğe bir başkaldırı şeklinde yorumlanmaktadır.

Kısacası haritadaki sınırları aşan evrensel kadın yozlaşmasının, yalnızca bir “kadın sorunu” olmadığını, aynı zamanda bir “erkek sorunu” da olduğunu görebilmek önemlidir. Başka bir deyişle ortada iktidara içkin, politik ve ideolojik temelleri olan bir kültür sorunu vardır. Bu sorunun evrensel olduğu, dünya savaşları sırasında kadının yaşam mücadelesinde de ayrıca görülecektir. Kadınlar tüketim çağıının nesnesi/objesi olmadan önce, bir kez daha doğurganlıkları ve neslin devamı görevleri ile değerlendirileceklerdir. 1980 sonrası Türk kadınının toplumsal konumu izleyebilmek adına dünyada gelişen olayları, feminist hareketi ve post-modern dönemin incelenmesi de önem arz etmektedir. Savaş yıllarıyla birlikte faşizmin nüfus politikasına, bir başka egemen iktidarın çıkarlarına ve yine kadınları kullanmasına tanık olacağız.

3.2. Savaş Dönemlerinde Kadın (1918 - 1970)

Dönemler, ideolojiler, iktidar alanları değiştikçe değişmeyen tek şeyin kadın bedenine yüklenen anlam olduğu görülmektedir. İster üreme odaklı olsun, ister tüketim, kadınlar çoğu zaman toplumsal anlamda “nesne” konumunda görülmüşlerdir. Kültür tarihinin başlangıcıyla birlikte ataerkil düzen; dinsel, ekonomik ve toplumsal yapıların her birinde adeta benzer ideolojileri gütmüş, kadınlığı bir araca dönüştürmüştür. Eril politikaların daha fazla mülkiyet, ulusal sınırlar ve iktidar hırsı etkisiyle dünya savaşları dönemi başlar. Savaş rüzgârları arasında kalan kadınlar, ikincil toplumsal konumlarına geri döndürülecektir.

I. Dünya Savaşı'nın ardından Avrupa, askeri darbelerin ve tek partili bir dönemin görüldüğü bir dizi diktatörlük rejimi ile yönetilir. Rusya'da Bolşevizm canlanır, Fransa'da Vichy rejimi, Almanya'da Hitler, İtalya'da Mussolini, Portekiz'de Salazar, Yunanistan'da Mattaxas iktidara geçer. Bu diktatörlüklerin ortak noktası antifeminist bir tutum sergilemeleridir.

Georges Duby ve Michelle Perrot'nun yorumuyla kadınları birer doğum makinesi olarak gören faşizm, nüfus siyasetini sürdürmek için kadın bedenini ve üremeyi kontrol altına almaya başlamıştır. Servet ve ayrıcalık farkı yaratan ve kadınları sınıfsal ve işlevsel

olarak bölen Mussolini faşizmine karşı direniş, kadınların aktif katılımıyla Napoli’de yükselmiş (Büyük Konsey Kral II. Victor’un desteğiyle Mussolini indirildi) ve 9 Eylül 1943’te Alman işgaliyle direniş, kuzeye yayılmıştır (Duby & Perrot, 2005:127-143).

Benzer bir bakış açısıyla, ırkçı bir toplumsal cinsiyet politikası izleyen Hitler döneminde, kadınlar tarım bakanı Darre tarafından dört gruba ayrılmıştır: “Çocuk doğurmaya teşvik edilecek kadınlar, çocukları sakıncalı olmayan kadınlar, çocuk sahibi olmaması gereken kadınlar ve kısırlaştırılma yoluyla çocuk sahibi olmaları önlenmesi gereken kadınlar”. Kısırlaştırma yasası uygulanır; bu yasa duygusal ve entelektüel olarak kusurlu bulunduğu iddia edilen Yahudi, Çingene, siyahlar ve diğer yabancıları da kapsar. 1953 yılında, soykırım vahşetine de hizmet eden bu yasaya, altı aya kadar olan gebeliklere son verilen kürtaj uygulaması da eklenir (Duby & Perrot, 2005:145-163). Nazi Almanyası’nda kadının ulusal/kültürel görevleri “çocuk-mutfak-kilise”⁵³ ile simgeleştirilmiştir. Kısacası ataerkil sistemin faşist iktidarla işbirliği sonucu kadın bedeni nesne olarak kullanılmaya devam etmektedir.

Avrupa’daki diktatörlük politikalarının kadını köleleştiren siyaseti, Stalin döneminde Sovyet Sosyalist Rusya’da görülüyor muydu? Duby ve Perrot’ya göre SSCB kadın, “vatandaş” olarak görüldüğü yasalardan dolayı diğer ülkelerden ileri bir konumdadır. Çünkü 70 yıl süren sosyalist düzen kadınlara, seçme, seçilme ve siyasal kariyer yapma hakkı; eşit iş, eşit ücret; 18 yaşında yasal yeterlilik (ceza ehliyeti); karma eğitilmiş okullar ve geniş bir mesleki fırsatlar yelpazesi sunmuştur (Duby & Perrot, 2005:228). Gisela Bock’un aktarımına göre, 1944’te kadınların iş gücü, sanayi sektörünün yüzde 43’ünü, tarımın yüzde 70’ini oluşturmaktaydı. Ayrıca savaştan sonra ailelerin yaklaşık yüzde 30’unun reisi kadındı. Ancak II. Dünya Savaşında, S. B’de erkek ve kadın toplam 20 milyon kişinin öldüğü, bir milyonunun Almanyaya çalışma kamplarına götürüldüğü bu zorlu yıllarda kadınlar, aşırı iş yükü altında ezilmişlerdir (Bock, 2004:227). Komünizm için hem evde, hem de kamusal alanda çalışan, iç ve dış savaşın yükünü sırtında taşıyan eğitilmiş Rus kadınına pek çok haklar tanıdığı, ne var ki yaşamsal ihtiyaçlarını göz ardı ettiği söylenebilir.

II. Dünya Savaşı ve sonrasında tüm dünyada bir “kadın sorunu” yaşanırken Türkiye de bu olumsuz koşullardan etkilenmiştir. II. Dünya savaşında ve sonrasında, Atatürk’ten sonra iktidara gelen İsmet İnönü’nün cumhurbaşkanlığında (1938-1950)

⁵³ 3K: *Kinder, küche, kirsche*.

“tarafsız ve barışçı bir politika”⁵⁴ izlenmiştir. Bu amaçla 1939’da İngiltere ve Fransa ile Ankara Paktı, 1941’de ise “Türk-Alman Dostluk” ve “Saldırmazlık Paktı” imzalanarak savaştan uzak durulmuştur. Ancak faşist, komünist, kapitalist ya da nasyonalist ideolojilere karşı, Kemalist ilkelerle ayakta durmakta zorlanan Türkiye, kendi içerisinde sosyal-kültürel çelişkiler, başka bir ifadeyle bir kimlik bunalımı (Cumhuriyet mi, yoksa Şeflik mi?) yaşamaktadır (Güvenç, 2009 ders notları).

Bu dönemde eğitim, öğretim, bilim, sanat gibi kültürel kurumlarda toplumun devrimci gelişmeye uyum sağlamasında sorunlar yaşanır. Çünkü bu sorunlara siyasi ideolojilerle çözüm aranmıştır.⁵⁵ Laik rejim, “Demokrasi Hareketi”nin 1950’de iktidarıyla güç kaybetmiş, İslami ideolojiler su yüzüne çıkmıştır. Türkiye’nin karşılaştığı büyük sorunun İslamiyet’in devlet ve dinin bir arada doğduğu; yani devletin gözetimindeki din olma özelliğinden kaynaklandığı yorumlanmaktadır. Kadın bir yandan milliyetçi ideolojiler çerçevesinde ulusal aktörler olarak simgeleşirken, öte yandan özellikle dindar kadın, gelenekçi ve modern kimlik ikilemi arasında kalmıştır.

Güvenç’e göre kadın devrimindeki bu geriye gidişte, Türkiye’de, eğitim sürecinin yaşam boyu, öğretiminse (okullarda) kısa süreli yapılabildiği bilincinin sağlanamamasının; laikliğin, bir kültür devrimi olduğunun anlaşılamamasının etkisi büyüktür. Türk Devrimi, din ile devlet işlerini ayırmakla yetinmeyip, İslam Kültürü’nde de bir devrim yapmak istemiş; kadını, toplum yaşamına katmaya çalışmış ve (bu) devrime “laiklik” demiştir (Güvenç, 1997:60). Ne var ki laiklik “dinsizlik” olarak yorumlanmıştır. 1930’lu yıllardan 1940’lı yılların ilk yarısına kadar kadın tipleri, gerek alfabelerde, gerekse diğer ders kitaplarında yepyeni bir ülkenin kuruluşuna katılan, özgüveni tam yurttaşlar olarak çizilmiştir (Arat, 1998:33). 1940’lı yıllardan itibaren devrimci atılımda geri dönüş başlamış, kadın hakları konusundaki gelişmeler donmuş, kadın hareketinin çeşitli dönemlerindeki çabalarına rağmen kayda değer hiçbir gelişme sağlanamamıştır (Kalkan, 1998:16). İş yaşamına atılan sözüm ona “modern kadın” da, kırsal alanda yaşayan köylü

⁵⁴ İsmet İnönü iktidarından önce, İtalyan ve Alman işgaline karşı Yunanistan, Yugoslavya, Romanya ile “Balkan Antantı” (1934) anlaşması; İran, Irak ve Afganistan ile “Sadabat Paktı” (1937) dostluk anlaşması imzalanmıştı.

⁵⁵ Kültürel Türkçülük ideolojisinin öne çıkan kişisi Ziya Gökalp, terbiye ve eğitimde Batı uygarlığına yaklaşmaya çalışırken, “milli hars”ın (kültürün) korunması gerektiğini önerir. Ona göre çağdaş terbiye ve eğitim, madde alanında kalmayarak maneviyat alanına da girmeye kalkıştığı anda, İslam ve Türk hukuku alanlarına saldırıda bulunmuş sayılır (Gökalp, 2005:134-135).

kadın da cinsiyet eşitsizliğinden kaynaklanan mağduriyetlerini yasalar önüne taşıyamamıştır.

Türkiye’de çok partili döneme II. Dünya Savaşı sonrası demokrasi söylemleriyle girilir ve 1950 yılında Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), iktidarı Demokrat Parti (DP)’ye bırakır. DP, “toprak ağalığı düzenini” korumakla “Çiftçiyi Topraklandırma Kanunu”nu rafa kaldırmakla tarımdaki sömürü düzenini korumuş; gittikçe yoksullaşan köylüler selameti kente göçte bulmuşlardır (Tanilli, [1972-1975] 2010:320). DP içindeki yerel eşrafın egemenliğine, laik yönetime duyulan artan tepki nedeniyle popülist liderlerin ortaya çıkışı eşlik eder (Tuğal, 2010:55). Türkiye’de yoğun sanayileşme politikalarının alındığı 1950-60 yılları arasında tarımda makineleşme göçü hızlanır, tüketim artar. Savaş yıllarının ağır koşullarını yaşayan ve erkeklerin askere alınmasıyla iş gücüne aktif katılım sağlayan kadının, ucuz emek öncelliği, savaş sonrası da değişmez. Toplumun ve kadının kendisine biçtiği öncelikli rol “eş-anne”, bunun doğal sonucu olarak da ev kadını olduğu sürece, “ucuz emek”, “yardımcı aile işçisi” ve benzeri şekilde tanımlanması kaçınılmaz olmuştur (Minibaş, 1998:331). Alain Touraine, cinsiyetler arasında ücret ve kariyer farklılıklarının kaldırıldığı varsayılsa dahi, eşitliğin sağlanamayacağını şöyle dile getirmektedir:

Kadınlar çocuklarıyla ayrıcalıklı bir ilişkileri olduğu bilincindedir. Erkekler, çocuk bakımı da içinde olmak üzere kadınlar kadar ev işi yapsalar bile, çocukların varlığı kadınlara dünyada hiçbir şey karşılığında vazgeçemeyecekleri bir güç verir. Kadınların ikideğerliğinin bu önemi, yaşamakta olduğumuz kültürel ast-üst oluşun doğasını iyice tanımlar. Avrupa’da modernleşmenin yarattığı toplum, bağrında işlevleri ayırtmış ve bunlar arasında hiyerarşi ilişkisi kurmuştur (Touraine, 2007:181).

Concort, Descartes, Poullain, Kant’ın, cinsiyetler arasındaki ayrıma karşı çıkan 1789 Devrimi’nin vatanı Fransa’da da bu sözü edilen geriye dönüş yaşanmış mıdır? Duby ve Perrot’ya göre II. Dünya Savaşı’nın sürdüğü 1940’lı yıllarda, Alman işgali altında olan Fransa’da kadınların rolü, “Vichy Rejimi”yle sınırlandırılmıştır. Otoriter ve baskıcı Vichy rejiminin “Aile, İş, Ülke” sloganı kapsamında kadın, cinsel farklılığı ve aile içindeki tamamlayıcı rolüyle tanımlanmıştır. Rejim, kadınlar ve erkekler arasında geleneksel görev ve farklılıklardan oluşan bir “ideal aile” belirlemiştir. Duby ve Perrot bu idealin, kadınların yegâne kaderi olan sadece anneliği onurlandırdığına değinirler. Kaldı ki maddi ve psikolojik olarak kadınları bu kaderden uzaklaştıran her şey ulusal çıkarlara düşman (karşı) sayılmıştır. Fransa’da kötü anneler yoktur; ama anne olmayı reddeden “kötü kadınlar” vardır şeklinde yorumlanır. Kürtaj 1975’e kadar yasadışıdır ve kürtaj yaptıranlar “Fransız

ulusuna zarar veren hareketler” suçu kapsamında idari gözültüne alınmış ve yargılanmaya tâbi, “tehlikeli bireyler” olarak nitelendirilmişlerdir (Duby & Perrot, 2005:1183-188). Nazi Almanyası’nın kuklası sayılan ırkçı Vichy yönetime karşı Fransız kadınının özgürlüğü, Alman ordusunun müttefikleri İngiltere, SSCB ve ABD sayesinde gelir. Fransa’da kadınlara seçme ve seçilme hakkı, Türkiye’den 15 yıl sonra, 1945’te tanınmıştır.

Sonunda 10 Aralık 1948 yılında yayımlanan İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi, cinsiyete dayalı eşitsizliğe karşı bilincin oluşmasını sağlayan ve uluslararası alanda kadın haklarına yönelik çalışmaların hareket noktasını oluşturur:

Madde 1: Tüm insanlar özgür, onur ve haklar bakımından eşit doğar.

Madde 2: Herkes ırk, renk, cinsiyet, dil, din, siyasal ya da başka görüş, ulusal ve toplumsal köken, doğuş ya da benzeri başka bir statü gibi herhangi bir ayrım gözetmeksizin bu bildiride ileri sürülen tüm hak ve özgürlüklere sahiptir.

Madde 7: Herkes yasa önünde eşittir ve ayrım gözetmeksizin yasa tarafından eşit korunma hakkı vardır.

Madde 16: Evlenme çağındaki erkelerle kadınların, ırk, uyrukluk, ya da din bakımından sınırlanmalar yapılmaksızın evlenmeye ve aile kurmaya hakkı vardır. Evlenirken, evlilik sırasında ve evlilik bozulmasına ilişkin hakları eşittir.

Madde 23: Herkesin, herhangi bir ayrım gözetmeksizin eşit iş için eşit ücrete hakkı vardır (Aktaran Moroğlu, 2005:17-21).

BM İnsan Hakları Evrensel Bildirgesine oranla, 1966 yılında kabul edilen “Medeni ve Siyasal Haklar Sözleşmesi”⁵⁶nde kadın-erkek eşitliği daha da kapsamlı bir biçimde ele alınmış ve taraf devletlerce cinsiyete dayalı ayrımcılığı önleme ve yasalar önünde eşit konuma getirme yükümlülüğü vermiştir (Moroğlu, 2005:25). 1950-60 yılları arasında kadın haklarından söz edilemezken, BM İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi ve Medeni ve Siyasal Haklar Sözleşmesi’yle birlikte ne gibi kültürel gelişmeler yaşanmıştır? Savaşın getirdiği ekonomik dengesizliklerin yeni düzelmekte olduğu 1960’lı yıllarda, Doğu ve Batı Almanya arasında Berlin Duvarı örülmüş, ABD Kuzey Vietnam’a savaş açmış, Küba’da Castro bağımsızlık mücadelesine girmiş, kuşak çatışmaları ve “feminist

⁵⁶ Türkiye, insan hakları ve demokratikleşme konusunda evrensel normları belirleyen en önemli uluslararası belgelerden biri olarak kabul edilen “Medeni ve Siyasal Haklar Sözleşmesi”ni 15 Ağustos 2000 tarihinde imzalamış, ancak 2003’de onaylamıştır (Moroğlu, 2005:23)

hareket” yeniden alevlenmiştir. 1960 sonrası ve 1970’li yıllarda kürtaj serbestliğinden, ev içi çalışmanın ücretlendirilmesine, eşcinsellerin haklarının korunmasından “*Black Power*”⁵⁷ hareketine, çalışan anneler için açılan yuva ve kreşlerden, parlamentodaki artan kadın milletvekilleri sayısına varıncaya kadar pek çok gelişme görülür. Çağdaş dünya ülkelerinde kadın, “özgürlük savaşı” verirken, diğer yandan güzelliğin kölesi olma süreci de başlamıştır.

Birleşmiş Milletlerin Genel Kurulu ve onun yapısındaki ana komisyon ve alt komisyonları, Kadın Hakları ve Statüsü konusunda oldukça yoğun çabalar harcadığı, pek çok bilimsel çalışma sonucunda 18 Aralık 1973’te aldığı bir kararla 1975 yılının “Uluslararası Kadın Yılı” olmasını kabul etmiş ve üye devletlerin daha önce belirlenen “Kadına Karşı Ayrım Uygulamasının Önlenmesi Bildirgesi”nin esaslarına uygun olarak gerekli tedbirleri alması çağrısında bulunmuştur (Göksel, 1993:36). Birleşmiş milletlerin “Kadın Hakları ve Statüsü” konulu çalışmaları arasında 1967 yılında imzalanan ve 1975’te yeniden şekillendirilen “Kadına Karşı Ayrım Uygulamasının Önlenmesi Bildirgesi”nde *recm* (taşlama) cezası, bekâret, zina ve seks köleliği, siyasal haklar gibi konular yeniden gündeme getirilmiştir. Kadının ikinci sınıf bir yurttaş, zayıf ya da korunmaya muhtaç bir insan olduğu yolundaki inançların yok edilmesi önerilmiş; ayrıca öğrenim eşitliği, ev işlerinde cinsiyet eşitliği ya da evli ve evli olmayan kadınlar arasında eşitliğe ilişkin ilkelere yer verilmiştir. 1975’te Meksika’da, 133 ülkeden 5000’e yakın delegenin katıldığı konferansta kadının statüsü ve gelişimiyle ilgili ilk 10 yıllık bir “Dünya Eylem Planı” kabul edilerek, yayımlanmıştır.

Kadın hareketi, özgürlük ve eşitlik bağlamında “farklılık” ve “eşitlik” arasında, gittikçe gelişen tartışmalarla sürer. Sonunda farklılığın illa hiyerarşi, eşitliğin de mutlaka özdeşlik anlamına gelmediği, eski geleneğe uygun olarak, özgürlükte eşitlik olduğu netleştirilir (Bock, 2005:279-280). Ancak yüzyıllar boyunca ataerkil kurum ve kuralların birden ve hızla bir değişim göstermesi mümkün olmamıştır. Hatta diyebiliriz ki ataerkil kurum, eylem ya da yapılar daha da sağlamlaşmıştır. Özellikle 1950’lerden sonra, sanayi kapitalizminden tekelleri kapitalizme geçişle birlikte, üretimin kiteselleşmesi, yeni bir tüketici grubu ortaya çıkarmıştır (Aydoğan, 2004:43): “Kadınlar”. Tüketim ekonomisi güç kazandıkça metaları tüketen, zamanla kendisi tüketim objesine dönüşen kadın için dev bir endüstri doğmaktadır. Özgür kadın, süper kadın, erkeksi kadın, güçlü kadın gibi kültürel

⁵⁷ Siyah güzeldir (Bock, 2004:278).

idealleri yakalamaya çalışan kadınlar, daha fazla tüketerek güzellik endüstrisini yaşatacaklardır.

II. Dünya Savaşı ve sonrasında -1960'ların sonu, 1970'lerin başlarında- modern çağa ve dolayısıyla tezin sorunu kapsamında tartışılan güzellik endüstrisine yönelik en büyük eleştiri “post-modern” (modern sonrası) çağa özgüdür. Post-modern çağa ve post-feminist akıma geçmeden önce feminizmin incelenmesi yararlı olacaktır. Kültür tarihinin son evresinde kadınların tüketim nesnesi olmasına karşı feminist mücadelenin çabasını ve kadının toplumsal konumu ile güzellik arasındaki ilişkiyi anlamak amacıyla feminizmin çeşitli bakış açıları değerlendirilmeye çalışılacaktır.

3.3. Feminist Yaklaşımlar, Kadın, Güzellik

“Feminizm”⁵⁸ bir özgürlük ve eşitlik mücadelesi hareketi olarak 16. yy'de filizlenmeye başlayan ve iki döneme ayrılarak değerlendirilen siyasi ve toplumsal bir akımdır. 18.yy'ın sonu ile 19.yy. arasında görülen birinci dalga feminizmin savunucularının başlıca amaçları, kadınların oy kullanma hakkını elde etmesi, yasal ve sivil haklara kavuşması, eğitim olanağına sahip olması gibi konuları içermiştir (Altınbaş, 2006: 22). 1970'lerin sonunda, Batılı, beyaz ve soylu erkek “özne”nin ürünü geleneksel tarihi eleştiren yeni bir kadın hareketi doğmuştur. Geleneksel tarih yazımından, sosyal bilimlere kadar her türlü alanda ataerki sistem ve politikaların varlığına dikkat çekilmiştir.

Çakır'a göre ikinci dalga feminist hareketinin bir öncekinden farkı, kadın sorununun bir sistem meselesi olduğunun idrakine varılmasıdır. Kendi ifadesiyle: “İktidarı elinde bulunduran erkekler, patriyarka [ataerki] denilen sistemin kültürel ve ideolojik aygıtlarını kullanarak egemenliklerini sürdürmektedirler” (Çakır, [1994] 2011:30-31). Althusser'den ilham alınarak kurgulanır ise, patriyarka denilen kavram bir iktidar sistemidir ve bu iktidar sistemi kadınları, gelenek, görenek, din, ritüeller gibi kültürel aygıtları kullanarak sınırlandırır, kurallarına uydurur, bir anlamda şekillendirir (Skinner, 1991:171). İşte feminist bilinç ile birlikte heykeller, resimler, fotoğraflar, şiirler, dini metinler, masallar, efsaneler, gazete ve dergi yazıları, bilimsel makaleler, reklamlar ya da ilanlar gibi her bir alandaki ataerki üretime ve gerçek bir kadın tarihi olması gerektiğine dair bir başkaldırı gelişmiştir.

⁵⁸ Feminizm özet olarak, “kadına ve erkeğe ve ikisi arasındaki ayrımları, sosyal, politik ve ekonomik yapılara ilişkin anlayışı sorgulayan” bir düşünce sistemidir (Emiroğlu & Aydın, 2003:304).

Kadın sorununa ışık tutmaya çalışan feminist kuramcıların güzelliğe yönelik yaklaşımları, kadın bedeni üzerindeki sembolik eleştirilerden izlenebilmektedir. Bedeni sembolik bir form olarak okuyan feministler, fiziksel görünüşün kültürel denetime tâbi olduğunu dile getirmektedirler. Bedenin denetimi ve terbiyesinin aslında cinselliğin denetimi olduğu; kadının ezilmesi üzerine kurulu ataerkil sistemde, cinselliğin düzenlenmesi ve denetiminin, pratikte, kadın bedeninin ve yaşamı yaratma yetisinin (doğurganlığı) denetlenmesi biçimini aldığı yorumlanmaktadır (Berktaş; [1996] 2000:213). Kadın bedeni kapatılıp, mahremden sayıldığı kadar, soyulup, teşhir edilmesi sebebiyle de ataerkil ideolojilerden asla uzak düşünülmemesi gereken bir sorun olarak belirlemektedir. İktidar, cinselliği söyleme geçirerek kontrol altına almaya çalıştığı gibi güzelliğe ilişkin söylemleri de neden üretiyor olmasın?

Kadınlar Tarihi kitabının “Devrimden Dünya Savaşına Feminizmin Ortaya Çıkışı” (2005) adlı dördüncü cildinde kadınlık, bir “görünüş sorunu” olduğu için eleştirilmektedir. 14. yüzyıl (görsel) kültüründe, kadınlığın birçoğu birbiriyle tutarlı, bazıları çelişkili, ama bütünde ne anlama geldiğiyle ilgili sürekli değişen tanımda sayısız kadın tasviri üretildiği belirtilir. Antik Yunan’dan beri süregelen ideal kadın tasvirlerinin modern dönemde kadının toplumsal rollerini gösterdiği, içinde bolca pornografik biçimlerin barındığı “erotik” (müstehcen) tasvirlerden de kaçınılmadığı yorumlanmaktadır. Sanatçıların bir yandan kadınları “iffetli kız, sevgili, anne, eş” olarak resmettiği, diğer yandan bu değerlere “sapkınlığın idol⁵⁹leri” denilen birçok tasvirle karşı koyduğu ifade edilir. Dişil arketipler (özgün modeller), güzellik ideallerini yansıtmaktan çok daha öte “davranış modelleri” (normları/kuralları) oluşturmuşlardır (Duby & Perrot, 2005:230). Geleneksel davranış modellerinden (Görsel 3.6), özgürlük mücadelesinin simgesi olmaya varıncaya kadar (Görsel 3.7) resimlere konu olan kadınların, tüketim çağında, cinsel objeye dönüşen bedenleri ise fotoğraf sanatıyla temsil edilecektir.

⁵⁹ (Fr) 1: Çoktanrılı dinlerde küçük boyutlu Tanrı ya da tanrıça heykelciği 2: İnsan eliyle yaratılmış Tanrı, put (Püsküllüoğlu [1995] 2007:897)



Görsel 3.6: Birinci resimde Amsterdam Devlet Müzesi'nde bulunan Jhonnes Vermeer'in “Süt Boşaltan Kadın” (1658-1660) tablosu, ikinci resimdeyse Jean Honore'un Washington Ulusal Sanat Galerisi'nde sergilenen “Okuyan Genç Kız” (1776) tablosu görülmektedir. Kadının ev, aile içi ilişkilerinin tasviri bu iki resim, Endüstri öncesi ve sonrası dönemlerin burjuva kadını; yani kadının yaygın toplumsal rollerini yansıtmaktadırlar (Erişim; http://tr.wikipedia.org/wiki/Johannes_Vermeer, 2012 ve http://tr.wikipedia.org/wiki/Okuyan_Gen%C3%A7_K%C4%B1z, 2012).



Görsel 3.7: Eugene Delacroix, *Liberty Leading the People* (1830). Fransız Devrimi'nde kadının Cumhuriyet rejimi ve özgürlük için sanat perisi biçiminde tasarlanan toplumsal rolünü ve devrimdeki yerini gösteren bir tablodur (Erişim: <http://media-2.web.brittanica.com>, 2010).

Feminist akımın eleştirdiği ve çalışmanın başlangıcında belirtilen bir diğer sorun; edebiyat, sanat ya da felsefe alanlarında, kadın tasvirlerinin erkekler tarafından yapılmış olmasıdır. Güzellik, ahlaksal davranışlar, ideal kadın figürleri (imgeleri) ve erotizm, genelde erkek dünyasının egemenliği altında yorumlanmıştır. Öyle ki eril bakışın uzantısı olan kadın kimliği, güzelliği bir silah/güç olarak değerlendiren kadınlar yaratmıştır. Kadınların, güzelliği ve cinselliği erkeği kendine çeken, teşvik eden öğeleriyle; yani yuvarlak kalçalar, dolgun memeler gibi bedensel uzuvlarıyla algılaması ve bedenini teşhir ederek çekiciliğini arttırmaya çalışması, bir yandan toplumsal rollerin farkında olmadan içselleştirildiğini (ya da kendinden rızaya dayandırıldığını) göstermekte, diğer yandan da araştırma sorununun çıkmazını vurgulamaktadır. Harmoniden uzaklaşarak çekicilikle maksimize edilen ve teşhire varan bir boyut kazanan güzellik olgusu, hegemonik iktidar alanı içinde zayıf cinsin silahı gibi gösterilmekte ve bu silahla güçlüyü ehlileştirme çabalarıyla birlikte hemcinsler arası rekabette dayanan bir kavram olarak sorunsallaşmaktadır.

Günümüzde güzelliğin bir güç olarak değerlendirilmesi sonucunda güzelliği bir kurtuluş reçetesi olarak gören kadınların varlığı azımsanmayacak sayıdadır. Başka bir ifadeyle kadınların bazıları, ataerkil ideolojiyle örülü hegemonik iktidar alanı içinde güzelliği “haklarına erişebilirlik” açısından bir güç olarak kullanabilmektedirler. Ancak yine de salt güzelliği güce ulaşma aracı olarak kullanan bu kadınlara yönelik feminist araştırmalar, güzelliğin yarattığı olumsuz koşulları da göz önüne sermektedir:

Feministler ve genel olarak düşünen erkek ve kadınlar güzellik hakkında derin bir kararsızlığa [düşmektedir]. Güzellik, hem gücün kaynağı olarak görülür, hem de iç dünyayı görmeyi perdelemesi sebebiyle zayıflık ve köleliğin sebebi olarak değerlendirilebilir. Kadınların her şeyleriyle toplumda kabul edilme istekleri derinden hissedilebilir. Bunun nedeni güzellik “katıksız avantaj” olmanın yanında rahatsız edilme [taciz] ve iç güzelliklerin ikinci planda kalması gibi sosyal sebepler yüzünden olumlu olmanın tersine olumsuz sonuçlar doğurabilir (Etcoff, 1999:27).

Güzelliğin güce dönüşmesinde 19. yüzyılın ortalarında modern kadın kimliği yaratımında değişen “güzellik” anlayışının etkisi yadsınamaz. Nilüfer Göle, güzelliğin, değişen algısını sağlık temalı vücutlar, balerin silüetler, dekolteler içinde sergilenen kışkırtıcı figürler, inci beyazı ten, dişler ve gözlerle açıklamakta; fantezi romanlardaki ve tuvallerdeki bir dizi kadın kahramanların rol modeller olarak kurgulandığını vurgulamaktadır. Güzellik tercihleri güç, sağlık ve doğurganlık gibi doğaya tâbi

niteliklerken, medeniyet projesine göre ince beden, dar kalça, dik silüet ve Batı görgüsü gibi niteliklerle temsil edilir olmuştur (Göle, [1991] 2008:93). Bu yeni kadın kimliğinin sözümlerine sahip olduğu güce özendirilen orta ve üst sınıfa mensup kentli kadınlar, Batılı modern kadınları taklit etmeye başlamışlardır. Ne var ki, ataerkil ideolojinin geleneksel kadınlık rollerini içinde barındıran bu modern kadın kimliği, politik iktidarın ve ona güdümlü endüstrilerin çıkar ilişkilerine bağlı olarak cinsel bir objeye dönüştürülmüştür.

Pornografi ile erotizmin birbirine karıştığı fotoğraf ve sinema sanatlarının gelişimiyle, önceki dönemlerde kadın figürünün sanat ile harmanlanmış görselliği, 20. yüzyılda farklı değerlendirilmektedir. Bu dönemde büyüyen kitle iletişim araçları artık, üzerinde uzlaşmaya varılmış tek bir güzellik ideali sunmaz (Eco, 2006:425-428). Medya, on yıllık sürelerde değişen rol modellerini yaratmıştır: “Greta Gabro ve Rita Hayworth gibi *“femme fatale”*ler (meş’um kadın), Doris Day’in canlandığı *“komşu kızı”*, Coco Chanel’in *“androjen tasarımları”*, Twiggy’nin *“anoreksik (bir deri, bir kemik) cazibesi”*, Julia Robert’in *“konuşan bacakları”*, Cameron Diaz’ın *“taze kız”* tiplemesi, Naomi Campbell’ın *“siyahî”* ve Claudia Schiffer’ın *“kuzeyli”* (soğuk/donuk) güzellikleri, Modonna’nın *“erotik tanrıça”*lığı, Kate Moss’un *“0 beden”* modası, J. Lopez’in *“kalçası”* ve Angelina Jolie’nin *“dolgun dudakları”* gibi kadınlık imajları, güzelliğin karşı konulmaz tanrıçaları olarak sembolleştirilirler.

1980’den sonra feminist araştırmacıların çoğu, çeşitli bağlamlarda kadınların ya eve hapis, ya da dışarıda erkeklerle mücadele halinde ve her iki durumda da *“güzellik tutkusunun kurbanı”* rolünü tartışır olmuştur. Susan Bordo, kadın bedeni üzerinde etkili olan dergi reklâmlarını irdeleyerek, iktidarın, kadınlara kendi normlarını kabul ettirmek için görsel teknolojiyi kullanmasını eleştirmiştir. Bu baskıya örnek olarak bir *“Reebok”* reklâmını ele almış ve *“Hiçbir erkek, oyuncak ayı gibi yumuşak bir kadın bedeni istemez”* mesajına dikkat çekmiştir. Aynı şekilde Afrikalı kadınların ilanlarda *“vahşi hayvanlar”* gibi tanıtıldıklarını söyleyerek, bunun kültüre sokulan ve olağan sayılan bir şey olduğunu öne sürmüştür. Oysa ona göre bu hiç de olağan bir durum değildir ve ırk ayrımcılığının iletişim yoluyla kabulü anlamına gelmektedir. Bordo, herkesin özgür iradesi olduğunu söylerken, politik olanları unutmamamız gerektiğini dile getirmektedir (Bordo, 1993:296).⁶⁰ Bordo’dan hareketle tam bu noktada, hem Foucault’nun belirttiği söylemleri üreten iktidar ilişkilerine, hem de Bourdieu’nün dile getirdiği kültürel üretim sürecindeki politikalara işaret edilebilir. Bordo’nun çözümlediği türde reklam sloganları, güzellik idealleri ve

⁶⁰ *“They believe their own choice to be individual, freely motivated ‘for themselves’”* (Bordo, 1993:296).

hıyerarşisi altında egemen çıkar grupların politikalarını düşündürmektedir. Kaldı ki güzellik endüstrisi alanında faaliyet gösteren, çok uluslu firmaların kr oranları bazı gerçekleri göstermektedir.

Tüketimi hedef alan politikaların yoğun olarak oluşturduğu “modern kadın” kimliğine ve dolayısıyla nesneleşen kadın bedenine yönelik eleştiriler, post feminist dönemde de görülmektedir. Bu yeni feminist eğilimin savunucuları, feminizmi, post-modern yaklaşımlarla birleştiren ve genellemelerden kaçınan yorumlar yapmışlardır. Araştırmanın tarihsel kronolojisine bağlı kalarak, post-modern feminist yaklaşımlar “Post-Modern Bakış Açısıyla Kadın” alt başlıklı dördüncü bölümde ayrıntılı olarak tartışılacaktır. Sonuç olarak bu bölümde incelenen feministler, kadın bedeninin, toplumsal, cinsel, politik ve ideolojik olduğunu dile getirmişler, bu gerği kadın bedeni ve cinsiyet tartışmalarıyla ortaya koymuşlardır (Işık, 1997: 63). Feminist yaklaşımlar kapsamında kadın bedenine yüklenen negatif anlamların biyolojik temele indirgenerek nasıl çarpıtıldığı ve cinsiyet-toplumsal cinsiyet ikiliği konuları, bir sonraki bölümde incelenecektir.

3.3.1. Toplumsal Cinsiyet Söylemi

Bu bölümde analitik bir unsur olarak ele alınan toplumsal cinsiyet kavramı, güzelliğin de içinde bulunduğu kadın kimliğiyle bağlantılı olması bakımından önemlidir. Kavramın dayanağı olan, İngilizce “sex” sözcüğü Türkçede “cins, cinsiyet, cinsellik, seks, eşey” gibi anlamlara karşılık kullanılmaktadır. Batılı modellerde kişilerin biyolojik ve anatomik (eşeylik) cinsiyetini gösteren sex kelimesi, toplumumuzda genellikle cinsiyet tanımlayıcı özelliğinden çok cinsellik, cinsel davranış ve cinsel ilişki anlamlarında kullanılmaktadır (Ersoy, 2009:211). Toplumsal ve biyolojik kimliği ayırdığı dile getirilen cinsiyet ve ona yüklenen anlamlar zamanla genişlemiştir.

Bir tartışmaya hazırlık olarak, cinsiyet ile toplumsal cinsiyet arasındaki ayrım, öncelikle “kadın” ve “erkek” bedeninin kültürel inşası olarak özetlenebilir. Ne var ki “kadın” ve “erkek”in ne olduğunu tanımlamak zordur. Toplumsal cinsiyet, biyolojik cinsiyetten farklı olarak toplumsal ve kültürel olarak belirlenen ve dolayısıyla içeriği toplumdan topluma olduğu kadar tarihsel olarak da değişebilen “cinsiyet konumu” ya da “cins kimliği”dir (kten, 2009:303). Başka bir tanıma göre “gender” ya da toplumsal cinsiyet, eril ve dişilin, toplumsal cinsiyetin içerdiği hormonal, kromozomal, ruhsal ve performatif ara formlarla birlikte üretilmesi ve normalleştirilmesinin gerçekleştirildiği aygıttır (Butler, 2009:75).

Foucault, cinselliğe özgü söylemlerin burjuva tarafından üretildiğini, cinselliğin birbirini izleyen yer değiştirmeleri ve kaymalarıyla özgül sınıfsal sonuçlara yol açtığını iddia etmiştir (Foucault, [1996] 2007:79). Burada Direk, Foucault'ya atıfta bulunarak cinsiyet kategorisinin bir birliğe sahip olmadığını, bedenin ona doğal ve özsel bir cinsiyet tanımı yükleyen söylem tarafından belirlenmesinden önce, cinsiyetli bir varlık olmadığını vurgular. Bu görüşe paralel olarak Butler'ın açıklamalarına yer verir. Butler'a göre cinsiyet kategorisinin ve dişi ve eril olarak ikiye bölünmüş cinsiyetin, toplumsal cinsiyetin temel varsayımı olduğu inancı Butler için anlamsızdır, çünkü biri diğerinin üzerine inşa edilmiştir. Kendi deyimiyle tam olarak: *“toplumsal cinsiyet bir yandan da ‘cinsiyetli doğa’nın ya da ‘doğal bir cinsiyet’in üretilmesinde ve bunların ‘söylemsellik öncesi’; yani kültür öncesi bir şeymiş gibi siyasi olarak tarafsızken kültürün gelip üzerinde etki ettiği bir yüzeymiş gibi tesis edilmesinde kullanılan söylemsel/kültürel araçtır”* (Butler, 2008:52). Bu bağlamda Butler için cinsiyet ayrımının hiçbir önceliği yoktur ve bu ikiliği savunmak yeniden üretme mekanizmalarını gizleyen tahakkümün parçasına dönüşür (Direk:2007:71-75). Yani her iki düşünür tarafından da cinsiyet kategorileri egemen söyleme içkin, birer kurgu olarak değerlendirilmiştir.

Butler, cinsiyetin kurumsallaştırılmış bir heteroseksüelliği de içerdiğini açıklayarak, bu şekilde üretilen “doğa”nın fantastik kurgusunu Monique Witting'in görüşüyle desteklemektedir: *“...cinsiyet dolaysız bir veri, duyumsanabilir bir veri olarak görülür, fiziksel özellikler de doğanın bir parçası olarak; fakat bizim fiziksel ve doğrudan bir algı olduğuna inandığımız şey, aslında sofistike ve mitsel bir inşadan ibarettir; hayali bir oluşumdur”* (Witting, 1981:48; Aktaran Butler, 2008:78). Cinsiyet, gerçek ya da cinsel olarak olgusal denilen şeylerin, bedenlerin benzemeye zorlandığı, ama asla başaramadığı fantastik inşalar, töz yanılsamalar (Butler, 2008:238) olarak düşünüldüğünde, toplumsal cinsiyet kavramı da anlamını yitirmektedir. Ataerkillik ve politik iktidarın amaçlarına hizmet eden bu kavramlar, ideolojik tüm anlamsal yükü ile düşünüldüğünde oldukça tehlikeli olabilmektedirler.

Butler'ın dikkat çektiği dil ve beden ilişkisi, eril hegemonyanın işleyişini göstermesi açısından incelemeye değerdir. Kadının anne, eş, baci, çalışma arkadaşı gibi dilde ve zihinde oluşturulan kodlarda olduğu gibi, toplumsal rollerinin kültürel olarak yapılanmasında güzellik olgusu da araç olarak kullanılmaktadır. “Saçı uzun, aklı kısa” olarak betimlenen kadın kimliği Ortner'ın da dile getirdiği gibi hemen her kültürde doğa ile özdeşleştirilirmiş; erkek, doğaya egemen gücü, yani kültürü temsil etmiştir (bir sonraki

sayfada Ortner’ın görüşlerine kapsamlı olarak yer verilecektir). Cinsel farklılıkların dil ve beden üzerinden erkek öznenin hiyerarşik üstünlüğünü anlatan doğa-kültür ikilemi feminist yayınlarda çok görülür. Bu bağlamda kadının içine yerleştirildiği güzel, sessiz, hanım hanımcık, fedakâr, müşfik/sevecen gibi ideal modeller, kadının nesne (obje/araç) konumunu pekiştirmektedirler. Toplumsal cinsiyet kategorisinde, kadın “güzellik”le özdeşleştirdiğinden, kadından hep güzel olması beklenmektedir: “Cinsi Latif”. Yerleşmiş toplumsal cinsiyet rolleri, kadını çocukluğundan itibaren bedenine yabancılaştırmakta (Kesim & Kar, 2010:194) ve söylemler aracılığıyla güzellik olgusu yine kadın bedeni üzerinden ve hiyerarşik olarak tanımlanmaktadır.

Toplumsal cinsiyet rollerine ve eşitsizliğe ilişkin iç görüler antropolojide feminist düşüncenin yol almasını sağlamış, “eril merkezçiliğin” sorgulanmasıyla feminizm akademik alana taşınmıştır (Özbudun, Şafak & Altuntek, [2005] 2007:322). Antropolojik araştırmaların odak noktasındaki değişim; “kadın”dan, “toplumsal cinsiyet” rollerine geçiş, kadınların yaşam ve deneyimlerinin çok daha derinlemesine ve ayrıntılı olarak etnografik belgelenmesini sağlamıştır (Kümbetoğlu, 2005:265). Toplumun cinsiyet rollerinin kültürlere göre değişimini inceleyen antropolog Margaret Mead’in bulguları dönemi itibariyle oldukça ses getirmiştir. Papua Yeni Gine’deki incelediği üç topluluğun birbirlerinden farklı cinsiyet rolleri olduğunu ve rollerin kültürlere göre değişebilirliğini vurgulaması ciddi eleştirilere yol açmıştır. Her kültürün farklı sosyal dokular tasarladığını, toplumsal cinsiyet rollerinin buna bağlı olarak çocukluktan şekil aldığını dile getirmiştir (Mead, 1935:230-233). Güvenç’in aktarımına göre, Mead’in incelediği Arabesh kültüründe kadınlar ve erkekler, Batı toplumlarındaki kadınlar gibi; Mundugumor kültüründe kadınlar ve erkekler ise, Batı’daki erkekler gibi davranıyordu. Tchambuli kültüründeyse durum farklıydı; çünkü orada kültürel roller ve ilişkiler, “Batı geleneklerine göre” cinsel yönden “ters” kişilere verilmişti: Kadınlar, Batı’daki erkekler, erkekler ise Batı’daki kadınlar gibi hareket ediyordu (Örneğin kadınların yöneticilik, erkeklerin ise ev işi yapmaları ve süse düşkün olması gibi). Güvenç bu noktada Mead’in araştırmasını kadın-erkek ayrımında biyolojik gerekçiliğin (determinizm) yanlışlığını kesin olarak ortaya koyduğunu yorumlar. Kadın ve erkek ayrımının, kadının “korkaklığı” ya da erkeğin “cesareti” gibi cinsiyete özgü yakıştırmaların, çoğunlukla öğrenilmiş, kültürel öğretiler olduğunu göstermiştir. (Güvenç, [1972] 2005:226). Ne ki Mead’in bulguları ve buradan genellemeye ulaşma çabaları eleştirilmiş, bugün için anlamlı bulunmamıştır.

1970'lerin sonunda “kadının ikincil konum ve değerini her kültüre özgü kılan ortak payda nedir?” sorusuna cevap arayan yeni bir teorik yaklaşımdan, feminist antropolojiden söz etmek mümkündür (Kümbetoğlu, 2005:265). Feminist antropolog Sherry Ortner da cinsiyetler arasındaki eşitsizliğin kültürel bir yapım sürecinde şekillendiğini dile getirdiği “Erkeğe Göre Kadın Kültüre Göre Doğa gibi midir?” (*Is Female to Male as Nature Is to Culture?* - 1974) başlıklı makalesinde kadınlara geleneksel rollerin empoze edildiğini vurgulamaktadır. Kadınlar (doğum ve emzirme gibi yeteneklerinden dolayı) “doğa”, erkekler ise daha üstün bir konumda “kültür” ve “akıl” ile özdeşleştirilmiş; erkeklerin kadınlara hükmettiği bir toplumsallaşma sürecine geçilmiştir. Cinsler arasında eşitsizliğin biyolojik temele dayanmasının söz konusu olmadığını dile getiren Ortner, kadınların evrensel ikincil konumunun nedeninin kültürel ideolojiler içinde aranması gerektiğini söylemektedir (Ortner, [1996] 2004:371-377).

Ortner gibi kadının ikincilliğinin evrensel olduğu iddiasını Elenor Leacock da “Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinin Kökenlerini Yorumlama: Kavramsal ve Tarihi Sorunlar” (*Interpreting the Origins of Gender Inequality: Conceptual and Historical Problems* - 1996)’da eleştirmekte, toplumsal cinsiyet hiyerarşisini fizyolojik temele bağlayan bir hayli bilim insanı olduğuna dikkat çekmektedir. Tarihsel ve ekonomik koşulların analiz edilmesi gerektiğini vurgulayan Leacock, ev içi ile sınırlandırılan geleneksel kadınlık rollerinin ekonomiye katkısı olduğu için yeniden üretildiğini dile getirmektedir. Feminist antropolog, kadınların ev içindeki (ücretsiz) iş gücünü, kapitalizme bir hediye olarak yorumlamaktadır (Leacock, [1996] 2004:485-495). Gerek Ortner, gerekse Leacock feminist antropolojinin toplumsal cinsiyet araştırmalarında ideolojik, politik ve kültürel olanı vurgulamış, toplumsal cinsiyetin biyolojik bir kategori olarak değerlendirilmesini reddetmişlerdir.

Carol Delaney 1980-1982 yılları arasında bir Türk köyünde yaptığı antropolojik çalışmasında, geleneksel kadınlık rolleriyle sınırlı kırsal kadın yaşantısına da değinmiştir. Kadınlığın ev içindeki görev ve sorumluluklarıyla sınırlı tanımını ve erkeklerin denetimi altındaki konumunu vurgulamaktadır. Cinsiyetler arası eşitsizliğe, adet gören genç için utanma duygusunun ağır bastığı haller ve neredeyse ev hapsi söz konusuysa, erkeklerin ergenlik kutlaması (sünnet düğünü) yaptığına dikkat çeker. Erkekliğe geçişin iktidar sağladığına, erkeklerin sokakta elleri cinsel organlarında dolaşmasını örnek gösterir. Bu hareketi erkeğin, bedeninden gurur duymasına bağlar. Oysa genç kızlar (göğüsleri saklayan bol giysiler ve başörtüsü içinde) nadiren sokağa çıkmakta, genelde evde oturmakta,

bedenleriyle ilgilendikleri takdirde aşağılanıp cezalandırılmaktadırlar (Delaney, 2001:123). Özetle Delaney bulgularında cinsiyet eşitsizliğini vurgulamış, toplumsal cinsiyet rollerini dine ve kültüre bağlı bir olgu olarak gündelik yaşam pratikleriyle birlikte incelemiştir.

Feminist yayının kültürel yorumunda öne çıkan bir diğer araştırmacı Lila Abu-Lughod (1991), kapitalizmin hüküm sürdüğü modern dünyada, kadınların, tarih boyunca “ötekiler” olarak algılanmış ve bölünmüş benliğinden söz etmiştir. Abu-Lughod, feminizmi, kadınların nesne ve erkeklere göre “öteki” olması yerine, kişilikli öznel olmalarına adanmış bir hareket olarak görmektedir (Abu-Lughod, 1991:2). Mısır’daki Bedevi toplumunun gündelik hayatını incelediği *Peçeli Duygular (Veiled Sentiments - 2004)* adlı çalışmasında, kadınların günlük yaşam öykülerine yer vermiş, bunun etnografya çalışmalarıyla yakalanabileceğini vurgulamıştır. Feminist araştırmaların kültürel genellemelerle değil de, zaman ve mekânda yaşayan bireylerin eylemleriyle araştırılması gerektiğini vurgulamıştır. Bu amaçla, Bedevi toplumunun düğün törenlerinde “kızlık bozma” usulü, beyaz çarşaftaki kan lekesi beklentisi, kadınların ve gelinin geleneksel kadınlık rolü gibi pek çok ayrıntıya yer vermiştir. Abu-Lughod, belli öyküler ya da şiirler gibi anlatılardan yola çıkan etnografyaların, bizleri feminist akımın karşı çıktığı “ötekileştirme” yanılgısından kurtaracağı görüşündedir.

Abu-Lughod’un kadınların ötekileştirildiği açıklamasına katılmakla birlikte, cinsel kimliğin toplumlar tarafından benimsenmiş bir olgu olduğu da vurgulanmalıdır. Biriyle karşılaştığımızda ilk olarak farkına vardığımız şeyin karşımızdakinin kadınlığı ya da erkekliği olduğu gerçeğinden yola çıkıldığında, cinsel kimlik, kişinin sahip olduğu tüm farklı kimlikler içinde en çok içselleştirilen ve “ötekilik” yarattığı durumlarda kişiyi en çok yaralayan bir olgudur (Karahan, 2006:56). Bu olgu toplum tarafından bilinçsizce içselleştirilir. Ancak bu süreçte kadınlık ve erkeklik gibi cinsel kimliklerin kültürel yapılandırılmasında, bilimsel olarak üretilen iktidar ilişkilerini, ataerkil ideolojileri ve politikaları bu süreçten ayrı tutmamak gerekmektedir. Erkeğin ayrıcalıklı ve üstün konumuna göre kadını “zayıf cinsiyet”⁶¹ olarak tanımlamak ve toplumsal kadınlık rollerini bu ilkeye dayandırmak cinsiyetçi (sexist) bakışın da temelini oluşturmaktadır.

Kadının erkeklerden zayıf, pasif ve aşağıda olduğu kabul edilen biyolojik temelli söylemlerin aksini kanıtlayacak pek çok bilimsel araştırma bulunmaktadır. Simone de Beauvoir, *Second Sex*’te (1949), ergen erkek ve kız çocukları arasında cinsiyet farklarından

⁶¹ Shakespeare’in Hamlet oyunu (1601), 1.perde, 2. Sahne, satır 139: “Zaaf(iyet), senin adın [neden], kadın! (Frailty, the name is women!)” (ODQ.684:4).

oluşan uçurumun, erken çocukluk döneminde amaçlı olarak geliştirildiğini söyler. Kadının, diğeri (erkek) gibi olmamasında bu tip kültürel öğretilerin, sınırları bir gölge gibi belirlediğine değinir (Beauvoir, 1949:734). Çekirdek cinsel kimliği ve genelde cinsel faaliyeti etkileyen erken dönemli ebeveyn (özellikle de anne) davranışlarıdır (Kernberg, [1995] 2003:22-23) ve erken yaşlardaki kız veya erkek çocukları, gelecekte onlardan beklenen rol kalıplarına bağlı olarak eğitilmektedirler. Biyolojik anlamda kadının eksik ya da güçsüz yaratılmış olduğunu ya da beyinsel işlev açısından cinsiyetler arasında bir üstünlük olabileceğini savunan söylemlerin aksine, kadın beyni, basit tanımıyla çok daha erken gelişmektedir (Yazıcı, 2010). Yalnızca politik doğruların konuşulduğu bir dünyada, cinsiyetler arasındaki tüm bu biyolojik farklılıkları, bir üstünlük olarak algılamak gerekmediği gibi, eşit olmak için benzer olmak gerekmediği ve “farklılık”ın da eşitliğe aykırı bir kavram olmadığı görmezden gelinmektedir (Sungur, 2009:71).

Öyleyse cinsellik, kadın ve erkek ikiliği sanıldığı gibi “doğal” ya da “içgüdüsel” değildir. Doğada, erkek saldırganlığının kaçınılmaz, kadın edilgenliğinin ve güçsüzlüğünün ebedi ve ezeli kabul edilmesine izin veren hiçbir iz yoktur (Coward, 1993:238). Eşitlik arayışında feminist mücadelenin çabası ve amacı da denilebilir ki cinsiyet ayrımındaki doğallık vurgusunu kırmaya yönelik olmuştur.

Feminist kuramcıların toplumsal cinsiyet eleştirisinde Freud ve Lacan da payını almıştır. Lacan’ın analitik fenomenolojisinde özne, her iki cins açısından, erkek cinsel organından fazlasını anlatan –ötekinin arzusunun imleyeni- “*fallus*”⁶² ile ilişkilendirilmiştir (Lacan, 1904:23). Kadınların nasıl birer “eksik özne” olarak yapılanmasındaki bilimsel teorilerinden Lacan’ın, Freud’un insanın gelişim sürecinde üç ana evre olarak sunduğu oral, anal ve genital (ya da fallik) dönemlere karşılık gelecek bir biçimde üç değişik kavram ileri sürerek başlar: “gereksinim”, “istem” ve “arzu”. Lacan’a göre bu üç yeni kavram insani gelişimin üç ögesine denk düşmektedir: “gerçek”, “imgesel” ve “simgesel”. Anneyle gerçek bir yoğun ilişkisinin yaşandığı bebeklik döneminde tüm gereksinimler karşılanmaktadır. Asıl sıkıntı çocukluk döneminde başlar; çocukluk, anne ile yaşanan ortak hatta neredeyse sembiyotik⁶³ bağın kopmasıyla alt üst olunan bir dönemdir. Bu kopuş

⁶² (Lat.) Sözlükte erkek üreme organı “penis” olarak tanımlanan “fallik” analistler tarafından 1. itkiyi doyuma ulaştıran nesne (Nasio:54) 2. *Fallus* penisle aynı değildir, penis bireyseldir; oysa fallus simgesel düzenin, dilin bir ürünü olarak yorumlanmaktadır (Çoban, [2003] 2005:293).

⁶³ Sembioz (*sympiosis*): Genel ve özgün anlamıyla birlikte yaşama. Psikiyatride iki insan arasında aşırı bağımlılıkla ve karşılıklı birbirini kullanmayla veya taraflardan birisinin yaşamak için asalakça diğerine tutunmasıyla tanımlanan patolojik bir ilişki. Sadomazoşizm buna bir örnektir. Bu terim ayrıca bebeğin gelişiminde, annesine tam anlamıyla bağımlı olduğu ve bu nedenle ne fiziksel, ne de ruhsal anlamda kendini

sürecinde çocuğun kendini yeniden tamamlaması, “simgesel alan” olarak tanımladığı kültürel dünyaya adım atmasıyla başlar. Ancak çocuk, annesiyle kendisi arasındaki farkı algılandığında, birlik (güvenlik) duygusunu kaybeder. Kültürel alana girmesi için, annenin bedeninden kopması ve ayrı bir “kendilik” olarak var olması gerekir. Gereksinimlerin yerini istekler, nesnelerin yerini simgeler alır. Lacan, insanın bu zorunlu özneleşme sürecini “ayna kuramı”yla açıklar. Ayna evresi çocuğun kendini bir bütün olarak yeniden kurgulaması sürecidir. Ayna onu kendisi, yani kültürel olanla tanıştırtırken, öte yandan çıkış yeri olan doğaya, başka bir deyişle dolaylımsız gerçekliğine yabancılaştırır (Lacan 1977:27-54; Aktaran Çoban, [2003] 2005:282-285).

Lacan için, ayna sürecinde etkin bir belirleyen olan “öteki” önem kazanır; çünkü istemler her zaman bir başkasının, ötekinin onay veya tanınmasını gerektirirler. Öteki, “ben”in (egonun) kendini gerçekleştirdiği, dolaylımladığı nesnedir. Öznenin kendini kurgulaması, kendinde eksik olanlar üzerinden yürümektedir. Lacan’ın teorisinde kadın, simgesel düzende kendi eksikliğini “öteki”; yani erkekle tamamlamaya çalışır. “Büyük öteki” (*fallusun yasası*) cinsler arasındaki ilişkiler sürecinde temel belirleyendir, kadını tanımlarken merkez alınan öge “*fallus*” tur ve kadın kendini erkeğe göre; yani ona bakarak yapılandırır, tanımlar. (Lacan; Aktaran Çoban [2003] 2005:286-294). Bu aşamada fallus bir iktidar sorunsalını da başlatır. “Kadında, cinsel gereksinim ve arzunun, arzunun imleyen olan *fallus* üzerinde toplanması beklenir. Erkekke ise cinsel gereksinim, tatmini kadın bedeninde bulurken, arzu, daima fallik nesneye metaforik bir tarzda ikame edilen bakire ile ‘seks işçisi’⁶⁴ arasında kutuplaşarak ‘öteki kadın’ söylencesinde dağılır gider” (Lacan, 1994, 23-24).

Lacan’dan hareketle denilebilir ki kadınların parçalanmış beden algısında ve dolayısıyla benliğini tamamlama çabasında, sanki güzellik de erkeğe bir hediye gibi sunulmaktadır. Kendini erkeğe göre tanımlaması şart koşulan, bilinçdışı yollarla gönüllü rızası alınan kadınların bazılarının, medyada ya da sosyal ortamlarda adeta bir güzellik

annesinden ayrı görmediği bir evre için de kullanılır. Normal kabul edilen bu evrenin aşılammaması ağır patolojilere yol açar: “Sembiyotik Psikoz” (Termbank İngilizce-Türkçe Psikoloji Sözlüğü, 2006)

⁶⁴ Metinde pejoratif bir anlam taşıyan fahişe sözcüğü yerine, feminist literatürde yer bulan “seks işçisi” terimini kullandım. Erkekke sunulan zevkler ve alternatif seçenekler içinde kadının sömürüldüğü en yaralayıcı olgu, kadınların seks işçisi/emekçisi olarak çalışmasıdır. Fahişeliğin temelinde yüzyıllar boyunca toplumların ürettiği ve günümüz toplum yapısının kendine özgü yöntemleriyle yaşamasına şans tanıdığı kültürel çerçeve ve bu çerçeve içinde yer alan kadın ve sekse bakış biçimi ve erkeklik anlayışı yatmaktadır (Erdoğan, 2011:87). Yeri gelmişken insanoğlu, devlet adamı, hostes, işadamı ve bilim adamı gibi kavramların yerine insanlık, siyasi lider, kabin görevlisi, iş insanı ve bilim insanı kavramlarının ısrarla kullanılmıyor olması da, her gün dil aracılığıyla yeniden üretime sokulan cinsiyet eşitsizliğine birer örnektir.

yarışmasının aktörü gibi davrandığının açık bir açıklamasını yapmak zordur. Ancak burada kendi deneyimlerimden yola çıkarak, modellerin ya da güzellik kraliçelerinin kusursuzluk arayışı ve eksiklik duygusunda, eril hegemonyanın bilimsel kuramlarla da desteklediği kadın kimliğinin etkisini not düşmek anlamlı olacaktır.

Lacan'ın "*Le femme n'existe pas*"⁶⁵ ifadesi; yani kadını simgesel düzeyde ifade edilemeyen, ayna evresi sonucu üretilen "eksiklik" olarak tanımlaması, ikinci kuşak pek çok feminist tarafından eleştirilmiştir (Durudoğan, 2007:57). Penise imrenmenin veya penise sahip olamamanın yarattığı eksiklikten yola çıkan bu teoriler günümüzde geçerliliğini yitirmiş, karmaşık anlatımlar olarak yorumlanmaktadır. Acaba erkek egemenliği söz konusu olmasaydı, iddia edildiği gibi kadının penise imrenmesi de söz konusu olabilir miydi? Erkeklerin başat olduğu bir toplumda penis, kendisine daha büyük haklar verilmiş olan cinsiyetin simgesi olarak görülür (tıpkı anasoylu toplumlarda güç simgesi olan gebe kadın heykelleri gibi) (Friday, 1984:114). Sözün özü, ataerkil ideolojilerin hüküm sürdüğü toplumlarda, kadınların, özgür doğan ve toplumsal cinsiyet rollerinde ayrıcalıklı olan bir cinse özenmesi, sözüm ona penis eksikliğinden daha anlaşılır bir gerekçe olabilir.

Cinsiyet hiyerarşisi, Tektanrılı dinlerin, Havva'nın, Âdem'den sonra ve onun kaburga kemiğinden yaratılmış olması gibi, cinsler arası biyolojik farklılıkların, tartışmasız "eşitsizlik" temeline dayandırıldığı dönemden bu yana daha hızlı içselleştirilmiştir. İnsanların düşünyapısında farklılık, ikincillik olarak yorumlanmış ve bu ayrımların değişmez, temel ve Tanrı isteği olduğu normlaştırılmıştır (Horney, 1998:116). Oysa pek çok feminist gibi Eveleyn Reed de, insanın gelişmesindeki temel devingen güçlerin dirimbilimsel (biyolojik) değil, toplumsal olduğunu konusunda ısrarcıdır (Reed, [1987] 2004:82).

Bilimsel ya da dinsel iddiaların aksine, erişkin kadının cinsel organlarının yapılanışında herhangi bir zayıflık yoktur, sadece farklılık vardır. Karen Horney, dirimbilimsel açıdan kadının ana olma yetisinin tartışılmaz üstünlüğünün, erkeğin bilinçaltında analığa imrenme biçiminde görüldüğünü savunur. Acaba analist, erkeklerin kadınları küçümseme gereksiniminin kökeninde, bir "kadın korkusu"⁶⁶ olduğunu mu

⁶⁵ Kadın yoktur.

⁶⁶ Modern psikolojide erkeklerde görüldüğü kabul edilen bir başka fobi türü Venüstrafobi (*Venustraphobia/Caligynephobia*)'dır ve güzel kadın korkusu olarak tanımlanmaktadır (166-Garip-Fobiler.PDF adlı internet sitesinden alınmıştır, 2012).

söylemek ister? Horney'in tanımıyla “*Bu bir nefret kılığına bürünen dölyolu korkusudur*”. Eril özsaygısının daha az yara alması için kadın (ana) ya da cinsel örgeni korkusunun bastırıldığını; ancak bunun baba (kadının örgenine giren erkeklik örgeni) korkusu olarak açığa çıktığını açıklar. Horney, “*Erkeklerdeki iğdiş edilme kaygısının, çoğunlukla “ben”in kadın olma arzusuna gösterdiği tepki olduğu kavrandığında, Freud’un iki - cinsliliğin erkeklere kıyasla, kadınlarda daha açık biçimde belirttiği kanısına bütünüyle katılamayız*” sözleriyle Freud’u eleştirir (Horney, 1998:60-144). Korku, kadının en çok yüceltilen iki niteliğini temel aldığı iddia edilmektedir: “Dişilik” ve “annelik” (Sezer, [2010] 2011:103).

Hande Öğüt “*Kadının Görsel İmgesi ve Temsil Biçimleri*”nde (2006), erkeğin kadından hem haz aldığından, hem de ölesiye korktuğundan söz eder. Öğüt’ün, Andre Malraux’un “*Erkek olmak için bir kadına sahip olmak yetmez; öldürmek gerekir onu,*” sözlerine yer verdiği makalesinde, sinemanın “ideal kadın”ı Marilyn Monroe’yu emperyalist sistemin en gözde kurbanı olarak gösterir. Öğüt, cinsel dengesizliğin hüküm sürdüğü bir dünyada erkek fantezisiyle şekillenen “dişi” imajın güçlü görsel ve erotik etki amacıyla kodlanmış bir “bakısalık” mesajı verdiğini belirtir. Bakışın etkin denetleyicisi olan erkeğin seyri ve zevk alması için teşhir edilen bu “ikon kadın”, özünde her zaman bir tehlikeye işaret etmekte ve endişe uyandırmaktadır. Yazar, erkek bilinçaltının iğdiş edilme endişesinden iki kaçış yolu olduğunu savunur: “*Suçlu nesnesin değersizleştirilmesi, cezalandırılması ya da kurtarılması*” ve “*onun yerine geçen bir fetiş nesnesi koymak ya da sunulan figürü tehlikeli olmaktan çok rahatlatıcı olsun diye fetişe dönüştürerek, iğdiş edilmeyi tümüyle yok saymak*”. İkinci yol, fetişistik skopofili, nesnenin fiziki güzelliğini yüceltmekte, onu kendi başına tatmin edici bir şey haline dönüştürmektedir (Öğüt, 2006:75).

Gerçekten bir kadın korkusu varsa, bunu bastırmak amacıyla kadının hem zayıf, hem de tehlikeli olarak ilan edilmesi bir paradoks değil midir? Erkeklerde var olduğu iddia edilen kadın korkusu, “Bulgular ve Değerlendirmeler” bölümünde de tartışılacaktır. Bu teoriyi farklı bakış açısında sahip katılımcılarla tartışmak belki de eril hegemonyanın, şiddete varan tahakkümünü anlamak açısından faydalı bilgiler sağlayacaktır.

Farklı bilimlere temsil eden feminist görüşlere yer vererek toplumsal cinsiyet analizi yapılan bölümün sonunda söylenebilir ki, toplumsal cinsiyet kavramı, kadınlar aleyhine işleyen hegemonik iktidarın işleyişini, süreç ve uygulamalarını da göstermiştir. Toplumsal cinsiyet kavramı, cinsiyeti reddeden yaklaşımın ve cinsiyeti toplum-ötesi bir olgu olarak kabul etmekle birlikte, toplumsal cinsiyeti kültürel bir kurgu olarak ele alan

yaklaşımın savunucuları tarafından; yani farklı iki bakış açısından tartışılmış olsa dahi her iki düzlemde de siyasal, politik, ideolojik ve toplumsal olan vurgulanmıştır. Cinsel kimliğin doğal yapılanışından öte, kültürel oluşumu bizi bir kez daha iktidar alanları ve çıkar ilişkilerini sorgulamaya götürmektedir. İktidarın farklı yüzlerini irdeleyen post-modern yaklaşımlarla birlikte post-feminist yaklaşımlar, kadınlığın ve kadınlık rollerinin yapılanışında güzelliğin de bir unsur olarak katıldığı kadın kimliğine eleştirel tutumlarını farklı bir bakış açısıyla ele almışlardır.

3.4. Post-modern Bakış Açısıyla Kadın

Soğuk Savaş yıllarında, ilk kez mimaride kullanılan “post⁶⁷-modern” kavramı, sanat, felsefe, edebiyat ve siyaset gibi kültürel yapılarda pozitivistin çöküşü olarak dile getirilir. “Post-modern” yaklaşımın temelinde, modern epistemolojiye dayalı ontolojik bir kuşku yatar. İktidar ve güç ilişkilerince üretildiği varsayılan evrensel, mutlak, doğrusal ve Batı-merkezli her türlü “modern görüş” eleştirilir. Post-modern felsefeye göre sanat nesnelerinden bilginin üretildiği kurumlara ve toplumsal bilim dillerine kadar bir temsil krizi yaşanmaktadır.

Post-modern terimi -ki üzerinde henüz anlaşma sağlanmış bir anlamı yoktur-türevleri olan postmodernlik, postmodernite, postmodernizmden oluşan terimler ailesi ile karışık ve birbirinin yerine geçen tarzlarda kullanılabilir. (Featherstone [1996] 2005:34). Post-modernizm büyük bir düşünce akımını ifade eden felsefi bir oluşumken, postmodernite, kültürel ve siyasal durumların yaşandığı bir sürece odaklanan post-modern bir durumu anlatır. Denilebilir ki postmodernite terimi, çağdaş gerçekliği ve deneyimi oluşturan parçalardan biri olan temsiller, imgeler, metinler çokluğu ve çeşitliliğinin meydana getirdiği ve karşılıklı etkileşime girdiği bireyler, gruplar ve nüfuslar arasında kurulan, yeni küresel ve yerel sosyal ilişki ve kimlikler üzerine bir şeye işaret etmektedir (McRobbie, 1999:44).

Post-modernistler, sınıflandırma yoluyla düzen yaratma, evrensel ahlaki standartlar koyma ya da gerçeği belirlemeye dönük modernist çabaların tümünü temellendirmecilik (*foundationalism*) olarak değerlendirir. Gerçeklik bir kurgudur, içinde öznellik taşır, dolayısıyla kesin ve sarsılmaz bir “*objective truth*” dan (nesnel gerçeklikten) bahsedilemez. Bu bağlamda Marksizm, liberalizm, işlevselcilik, yapısalcılık ve diğerleri,

⁶⁷ “Post” öneki, “modern”e karşıt olarak tanımlanan, modern sonrasını, modernden bir kırılmayı ya da kopmayı gösterir (Featherstone, [1996] 2005:21).

bütünüyle kurgucu (sanal) projeler olarak okunabilir (Smith, [2005] 2007:321). Post-modernistler için sonuç ortadadır, aydınlanma çağında vaat edilen toplumsal refaha ulaşamamıştır. Post-modern bir deyimle artık dünyaya egemen olan “adaletin gücü değil; güçlünün adaletidir” (Aktaran Güvenç, 2008:75).

Post-modernistler; sistemleri, değerleri, anlamları temelden sorguladıklarından, başlıca yapıtlarında bu tür kavramların kurmacalığını ve geçersizliğini, “yapıbozumcu”⁶⁸ yöntemle kanıtlamaya çalışırlar (Doltaş, 2003:35). Yapıbozumu aslında kültürlerin ve metinlerin farklı yoldan okunmasını savunan post-yapısalcıların kullandığı bir analiz yöntemidir. Metinler, tez-antitez ilişkisiyle kurgulanarak okuyucuya aktarılmaz; çünkü anlam bu ikili arasındaki “*differance*”⁶⁹de bulunur. Semiyotığın ilk temsilcisi Roland Barthes, düşünce sistemleri (ideoloji) profesörü Michel Foucault, filozof ve edebiyat eleştirmeni Jacques Derrida, psikanalitik kültürel kuramcı Lacan ve “*habitus*” kavramını sosyal bilime kazandıran Pierre Bourdieu, post-modernitenin oluşumunda ya da gelişiminde etkili olan “post-yapısalcı”lardır.

1960 sonrası ikinci dalga radikal feminizm devamında, post-modern ve post-yapısal yaklaşımların etkisiyle “post-feminizm” gelişir. “Post” öneki, feminizmin ötesini (sonrasını) gösterir; ikinci akım feminist politikaların ortaya koyduğu her şeyi kapsar ve yararsız olanları dışarıda bırakır (Kellner, 2002:184). Post-modern düşünce, tarihsel ve kültürel yapıların ürünü olan kadının ikincilliği tartışmalarında feministlere yardım etmiş ve özcü gerçeklik iddialarına direnmiştir (Mascia-Lees, Sharpe & Kohen, 1989:11). Post-modernizm, Batılı olmayan erkek ve kadınları “özne” konumunun dışına iten “öteki”leştirme sürecini de irdeler. Batılı beyaz ve Hristiyan erkeklerce yaratılan modernist kurama ve bunun getirdiği sömürgecilik düzenine kuşkuyla yaklaşmıştır.

Post-yapısalcı feminist kuramcı Luce Irigaray, kadının eksik temsil edilmesini ve indirgemeci erkek yaklaşımını sarsan çalışmalar yapmıştır. Psikanalitiğin *fallus* merkezli kuramını eleştiren Irigaray, Oidipus karmaşasında asıl öldürülenin anne olduğunu belirtir. Tarihe nüfus etmiş erkek egosunun bilinçaltı temeli ortaya çıkarılarak; kadının, “dilde

⁶⁸ *Deconstructionist*: Bir metnin içindeki, o metnin gerçekte olduğu şekli alabilmesi için, bastırılmış ya da kabul edilmiş anlam alt katmanlarını ortaya çıkarmaya yarayan bir stratejidir – özellikle “mevcudiyet” varsayımlarını (garantili kesinliğin gizli temsillerini) ortaya çıkarmaya (Appignanesi & Garran, [2005] 2007:360).

⁶⁹ *Differance*: Devingenlik, alan, boşluk. Yapıbozumculara göre her sözcük, sözcükler dizgesi ve sözcükleri göstergeye dönüştüren her söylem antitezini de teziyle birlikte okura aktarır. Bu nedenle anlam tez-antitez arasındaki *differance*’de var olabilir. Her yazıda tez ve antitez okura aynı anda aktarılmalıdır ve titiz bir okurun bir yazıda algıladığı tek gerçek *differance*’tır; aktarma işleminde kullanılan sözcükler ise tıpkı aynaya baktığında kendini gören kişi gibi yalnızca kendilerini aktarırlar (Doltaş, 2003:36-37).

temsil” edilmesinin gerekliliğine değinir. Batı düşüncesinin erkeğin erkekle konuştuğu monolojik ve tek cinsiyetli bir uzama sahip olduğunu ifade eden Irigaray, kadın özneliliğinin maddi koşullarını açığa çıkararak, kadın “ben”i söylemini mümkün kılma gayretindedir (Dinçel, t.y:2-3).

Post-feministlerin, söylemlerin ya da düşüncelerin nasıl kurgulandığını ya da hangi çıkar gruplarına hizmet ettiğini anlamaya yönelik analizinde, James Clifford’ın antropolojik metin çözümlemeleri öne çıkmaktadır. 1980’lerde Amerikan Antropolojisi’ndeki post-modernist yaklaşımın sözcülerinden James Clifford, alegorik metinler olarak değerlendirdiği kültürel araştırmaların, edebi ve “retorik”⁷⁰ olarak inşa edildiğini vurgular. James’e göre, tüm kültürel temsiller birer kurgudur. Etnografi yazımında incelenen topluma ses vermenin gerekliliğini; yani “çoksesli yazım”ı (*diologic ethnography*) savunur. James, tarihsel ve karşılıklı diyaloga dayalı bu yazımın, monolog şeklindeki kültürel tanımlamalara ilişkin şüpheleri değiştireceğini savunur. Aynı yöntemle kadınların da ifade edilebileceğini ve okunabileceğini örnek olarak gösterir (Clifford, 1986:14). Clifford’dan hareketle kadın bedeni ve dil, iktidar ilişkilerini rasyonalize etmek için kullanılan kültürel simgeler olarak yorumlanabilir. Post-feministler, birer metin gibi okuduğu kadın bedeninin, cinsiyet, toplumsal cinsiyet, cinsiyet hiyerarşisi ve eril tahakkümü olumlayan bir kimlikte inşa edildiğini dile getirmişlerdir.

Türkiye’de dilsel ve simgesel yapıları eleştiren feministler, özellikle kadınların, “özne” olmaktan çok nesnel bir simgeye dönüştüren ideolojileri tenkit etmişlerdir. Kadınların, Kemalist, komünist, İslami, sağ ya da sol siyasi ideolojilerin nesnesi konumundan, özne konumuna geçip geçemeyeceğini sorgulamıştır. Kadınları nesneleştiren dilsel ve simgesel yapılanmalar çok güçlüdür. Örneğin, “bacı” kelimesinin, “cinsiyetsiz, ebedi amatör, muhalefetsiz bir fedai, sessiz, çalışkan, delikanlı, aslan” biçiminde bir anlama geldiğini dile getirirler. “Bacı”nın kadın olduğu düşünülmez bile, bazen “hoca efendi” diye de çağırılır; bu basit bir dil sürçmesinden öte, bellekler altında “erkek gibi kadın” fikriyle örtüşen bir anlamı olduğunu düşündürür (Eraslan, 2007:241). Aynı şekilde atasözlerinde de cinsiyet eşitsizliğini vurgulayan “*Kadının karnından sıpayı, sırtından sopayı eksik etmeyeceksin*”⁷¹ gibi atasözleri de bulunmaktadır. Kaldı ki atasözlerinde kadınların aşağılanması evrensel boyuttadır:

⁷⁰ (Sözbilim): *Fr. Söz söyleme sanatı* (Püsküllüoğlu, [1995] 2007:1445)

⁷¹ Atasözleri düalistik; yani ikilemli olmasından dolayı kadınlardan övgüyle de bahsedilmektedir.

Alman atasözlerinde kadınlardan “Tavşanlar, köpekler ve aptallar pohpohlanarak; kadınlar da para ile elde edilir” ya da “Bekâr erkek tavus kuşu, nişanlı erkek aslan, evli erkek eşektir” şeklinde bahsedilirken, İtalyan atasözlerinde “Kadınlar kestane gibidir. Dışı güzel, içi çürük”, “Karanlıkta bütün kadınlar aynıdır”, “Kadınlar, eşekler ve fındıklar için insafsız bir el gerek” şeklinde söz edilir.

Ruslar “Köpek, kadından iyidir; hiç değilse efendisine havlamaz”, “Kadının istekleri hiçbir zaman dolmayan bir dilenci torbasına benzer” ya da “Erkeğin günahı eşikte kalır, kadının ki içeri girer” atasözleriyle kadını tanımlarken; Çinliler “Sana on erkek çocuk verse bile, kadına güvenme”; Japonlarsa “Evliliğin iyi yürümesini istiyorsan evlendiğin gece karını döv” atasözleriyle erkek egemenliği sağlamlaştırılır.

İrlanda atasözlerinde “Üç yaratığın ilkesi yoktur: Katırlar, domuzlar ve kadınlar”; Yunan atasözleri için de “Üç büyük kötülük vardır: Deniz, yangın ve kadın”. Yemenliler ise “İnsandan cesuru, horozdan soylusu, kadından nankörü yoktur” diyerek kadın-insan ayrımını çizer. (Özbudun, 2000:164-165).

Aynı yıllarda feminist literatür, Türkçeye kazandırılmış; feminist kampanyalar aktif olarak yürütülmüştür. Grup olma, toplanma, eylemlilik, tepki gösterme, örgütlü hareket etme, kadınların 1980'lere kadar kendileri için daha önce kullanmadıkları etkinliklerdir (Timisi & Gevrek, 2007:37-38). 1980'lerin ilk yarısında feminist kadınların bilinç yükseltme gruplarında başlayan kadın hareketi, başta “kadına yönelik şiddet” olmak üzere toplumsal cinsiyet temelli eşitsizliklerin kamusal alana taşındığı ve kadına yönelik her türlü ayrımcılığı toplumsal bir sorun olarak ele alma amacını taşıyan kampanya, gösteri ve yürüyüşlerle (Kardam & Ecevit, 2007:89-90) gerçekleştirilmiştir. 1990'lar Türkiye'sinde en yaygın örgütlenme ve çeşitliliğe sahip, en önemli kadın örgütlerinden bir olan Kadın Adayları Destekleme Derneği (KA.DER) “Siyasette eşitliği sağlamak, kadınların sesini ve düşüncelerini seçilmiş meclislere taşımak, bu yolla kadınların ve ülkenin kaderini değiştirmek”⁷² amacını taşımaktadır (Bora, 2007:109-115).

1980 ve 1990'lı yıllarda küresel (mekânsal olarak geniş toplumsal ve kültürel güçler) ve yerel (küçük-ölçekli, coğrafi olarak sınırlı gelenekler ve yaşam biçimleri)

⁷² Türkiye'de siyasete ataerkil bir zihniyetin egemen olması ve kadın-erkek eşitliğinin demokrasinin temel ölçütü olduğunun göz ardı edilmesi sebebiyle kadının siyasette adı geçmemektedir. 29 Mart 2009 yerel seçimlerinde toplam seçmenin yüzde 49.27'si erkek ve yüzde 50.73'ü kadın olmasına rağmen 16 Büyükşehir Belediyesi başkanının tamamı, İl Meclisi üyelerinin yüzde 96.49'u, il, ilçe ve beldelere seçilen belediye başkanlarının yüzde 99.10'unu erkekler oluşturmaktadır (Moroglu, 2009:61). KA.DER'in, “Kadın istatistikleri 2011-2012” raporuna göre (EK 1) siyasi parti yönetimindeki kadın temsili oranları BDP'nin yüzde 37.7, MHP'nin yüzde 5.7, AKP'de yüzde 17.9 ve CHP'de yüzde 17.9'dır (KA.DER Resmi İnternet Sitesi, Erişim: http://www.ka-der.org.tr/tr/down/2012_KADIN_ISTATISTIKLERI.pdf, 2012)

kavramlar tartışılmaya (Smith, [2005] 2007: 310) başlanır. Antropolojide post-modernist yaklaşımı en çok vurgulayan Gupta ve Ferguson, modernitenin izlediği kültür kavramının işlevini kaybettiğini savunurlar. Haritalarda çizili kültürel farklılıkları gösteren sınırların son derece keyfi olduğunu açıklayan antropologlar, “Kültür Ötesi” (*Beyond Culture* - 1992) makalesinde kültüre ait otantik⁷³ (öz) diye bir yapının olamayacağını dile getirirler. İç ve dış göçler, melezleşme, azınlık kültürleri ve çok kültürlülüğün yanı sıra uluslararası bağlantıların artması ve küreselleşme gibi nedenlerle kültürel sınırlar ortadan kalkmaya başlamıştır. Gupta ve Ferguson, “*Sosyolojik olarak Bombay’daki bir zengin ile Londra’daki bir zengin arasındaki farklar belki de aynı şehirdeki, ancak farklı sınıflara mensup insanlar arasındaki farklardan daha azdır*”⁷⁴ benzetmesiyle görüşlerini pekiştirirler (Gupta & Ferguson, 1992:20). Kısacası kültür terimi politik iktidar ve çıkar gruplarının üretiminde bir olgu olması sebebiyle eleştirilmektedir.

Aynı şekilde Lila Abu-Lughod da, “Kültüre Karşı Yazım” (*Writing Against Culture* - 1991) başlıklı makalesinde “ayrılma”, “hiyerarşi”, “eşitsizlik”, “farklılaşma”, “benlik/öteki” kavramalarını sorgular. Kültürel farklılıkların problematik bir inşa olduğunu, küresel eşitsizlik tarafından örgütlenen bir dünya bağlamında politik bir gereklilik olduğunu dile getirir. “*West (self) and Rest (other)*” ile hiyerarşik bir ilişki yaratılmasından dolayı kültüre karşı yazım için ötekiler açısından bir dizi strateji önerir. Ona göre kültür, sömürgeci güçlere hizmet eden bir kavramdır ve erkek egemenliğinde süregelmesine bir son verilmesi gerektiğini vurgulayarak; “kültüre karşı yazım”ı savunmaktadır (Abu-Lughod, 1991:20-24).

Post-feminist antropolojide, “Batılı kadın” modelinin dışında kalan bir “Üçüncü Dünya Kadını” temsili krizi yaşanmaya başlanmıştır. Doğulu-Müslüman bir kadından söz edilecekse, bu kadın özne üzerinden incelenen, ölçülüp biçilen ve yeniden tasarlanan, eksik, özsellliği sorunlu ve kusurlu bir kadın olarak görülmektedir (Aktaş, 2007:240). Üçüncü Dünya ülkelerinde yaşayan feminist kadınların hem kendileri üzerinde araştırma

⁷³ A. Gupta ve J. Ferguson, kültürün özde ve otantik bir şey olmadığını altını çizerler. Bu bilgiye göre kültür sürekli tartışılan, tarihsel süreç içinde belirlenen, aktif bir kavramdır. Statik ve özde olmadığı gibi, sürekli yeni anlamlar ve kurgular üreten bir olgudur. Onlar, öz kültür anlayışını milliyetçi ideolojilerin ele aldığı bir kavram olarak değerlendirirler. Bu söylemler toplumları sömürge olmaktan kurtarmaya yardımcı olmuştur.

A. Gupta ve James Ferguson ayrıca “*The West and the Rest*” anlatımına da bir öz eleştiri yapmaktadırlar. Onlara göre bu kavram Batının ürettiği bir tanımlama ise o zaman “*Batı nedir?*” diye bir soru yöneltirler. Söylenildiği gibi “homojen bir şey midir?”in sorgulanması gerektiğinin altını çizerler.

⁷⁴ Fransız İhtilali yıllarında Charles Dickens, 200 milyonun üzerinde, rekor bir sayıda basılmış olan *İki Şehrin Hikâyesi* (1859) adlı romanında Paris ve Londra’yı karşılaştırır. Bu iki şehrin büyük kent kültürü olarak birbirlerine, kendi taşralarından daha çok benzediğini savunur (Dickens, 2006).

yapan Batılı kadınlara, hem de onları bu tanımın içine alan ideolojilere tepki olarak, “postkolonyalizm” terimi kullanılır. Postkolonyalizm, Avrupa emperyalizmin etkisine açık olan ülkelere veya halklara empoze edilen kültürel muğlâkları/idealleri sorgulamaya açar (Joy, 2006:39). Modern düşüncenin ürettiği her türlü kavram ve iktidar alanları sorgulanır olmuştur.

Post-feminist teorilerin etkisi altında erkek egemenliğine başkaldırılan bir başka alan kadın dergileridir. Kadınlara cinsel özgürlük yolu açan, doğum kontrolünden sevişme tekniklerine varıncaya kadar “yeni kadın” imajını destekleyen bazı kadın dergileri, cinsel devrim konusunda öncü olarak kabul edilirler. 20. yüzyılda cinsellik alanındaki büyük demokratikleşme başarısı, cinselliğin haz işlevinin üreme işlevinden ayrılması ve haz işlevinin egemenlik alanı olacak bir biçimde uygulamasıdır (Reiche, 2006:15).

Süheyla Kırca Schroeder *Popüler Feminizm* (2007) çalışmasında, feminist konuların ve değerlerin kadın dergilerinde kullanılışını ve kadınlığın tanımlamasını analiz eder. Kitabının “‘Post-feminist’ Cinselliklerin İnşasına Karşı Cinsel Özgürlük Anlayışı” adlı alt başlığında, “cinselliğin”, kadın dergilerinin ve dolayısıyla da “yeni kadın” imgesinin önemli bir boyutu haline geldiğini vurgular. Ancak kadınların bağımsızlığının heteroseksüel cinsellik ve aşk ilişkileriyle eş anlamlı tutulması; Janet Lee’nin öne sürdüğü gibi “(...) kadınların kurtuluş mücadelesi, erkeklerin cinsel arzularına hizmet edecek şekilde inşa edilmesini sağlamıştır” (Kırca, 2007:164-174):

İncelenen kadın dergilerinde çağdaş kadınsılığın kurulması ağırlıklı olarak cinsellik yoluyla ve erkeklerle ilişkili olarak tanımlanır. Bu aynı zamanda kadın kimliği için de bir çerçeve oluşturur. Kimlik oluşturma sürecinde, moda ve güzellik kadın cinselliğinin görsel imgelerini biçimlendiren önemli etkenler olarak vurgulanır. Kadınsılığın temsil biçimleriyle ilgili iki önemli nokta göze çarpar: Bunlardan ilki güzel ve sağlıklı bedene sahip olmak; kadınlar beden-bakımıyla ilgili konularda açıkça zevk alır; ikincisi ise, kadınların bunu erkeklerden ziyade kendileri için yaptıklarını ima etmesidir. Güzellik ve moda reklamları gibi kadın bedeninin ticari amaca hizmet eden temsili aracılığıyla dergiler, kadın bedenine bakmanın getirdiği görsel zevki artırır.

Angela McRobbie de gençlere yönelik dergileri incelediği *Post-modernizm ve Popüler Kültür* (1999) kitabının bir bölümünde, dişilik imajının nasıl oluşturulduğunu çözümler. İlk bakışta metinlerden, bir kimliğe sahip olmak için erkeklere bağımlı olmayan, “yeni genç kız imgesi” okunmaktadır. Ancak McRobbie, dergide yeni imajın yapılanmasına eşlik eden karmaşık ve çelişik sosyal süreçlerin yok sayıldığını hatırlatır.

Yazara göre dişiliğin bu yeni oluşumunda özgüven ve özerklik söylemleri vardır, ama bir şart koşulmaktadır: “*Mutlulukla eşdeğer bir aşk yaşamak için ön şart mükemmel bedene [güzel] sahip olmaktır*”. Artık erkek partnere sınırsız bir ilgi gösterilemez; “genç kız”, dikkatini kendisine yöneltir ve bu iş için emrindeki tüketim malları dünyasından yardım alır (McRobbie, 1999:241-242). Öyleyse tüketim ekonomisinin kuralları neye göre işlemektedir? Kadının tüketim metalarıyla ilişkisi “süper kadın”, “mükemmel anne”, “evlenilecek kız” gibi kimliklerin edinim yollarını belirlemektedir. Kimlik yapılanmasında önemli bir rol oynayan nesneler, post-modernist kuramcıların ilgi alanına girmiştir.

1968 yılında yayınlanan *Nesneler Sistemi* adlı doktora teziyle Jean Baudrillard; toplumbilimine yeni bir perspektif kazandırmaya çalışan önemli bir post-modern düşündürdür. Nesnelerden yola çıkarak, kişisel ve toplumsal dünyanın sözdiziminden yoksun hiyerarşik bir çizelgeye benzetilmeye, algılanmaya ve kategorilere bölünmeye çalışıldığını gösterir. Ona göre reklamlarda kullanılan marka sözcükler, tüketime ait “dilyetisi”⁷⁵ sini çok güzel bir biçimde özetlemektedir. Sözdizimsel bir özellik taşımayan ve kolaylıkla birbirinin yerini alabilen markalar, anlamla yüklü görülmesine karşın; “dilyetisi”nden yoksundurlar. Markalar çok sayıdaki nesneyi özetlerken; tüketiciiyi, psikolojik açıdan yeniden yapılandırırlar. Baudrillard, aynı zamanda sentetik bir duygusalığa yol açan markaları, sentetik sözcükler bağlamında değerlendirir. Bu sistem insana bir kişilik kazandırmaktan çok ona kurgusal bir kişilik biçip, sınıflandırmaktadır. Tüketici, toplumsal konumunu; yani yaşam düzeyini bu kurguyla belirlerken, reklamlardaki nesneler zorunlu bir ölçüt olarak kabul edilirler (Baudrillard, 2010, 229-236).

Nesnelerle kadın imajının oluşumunda ve yaşam düzeylerinin sınıflandırılmasında, medyadaki dilsel ileti çözümlemesi sıkça kullanılan bir yöntemdir. “Toplumsal yapılanımcı” (*Social-constructivist*) kurama göre bireyler, iletişimsel uygulamalarla yaşadıkları toplumsal olguları kendi öznellerinde oluşturur; özümser; korur ya da başka olgulara dönüştürürler (Yetkiner, 2004:163). Örneğin Vouge Dergisi’nin hiyerarşik bağlamda “en iyiler listesi” olarak önerilen “Diane von Furstenberg elbise, Christian Louboutin ayakkabı, Yves Saint Laurent gece çantası, Citizens of Humanity Jean

⁷⁵ Bu terim iki farklı bağlamda kullanılmaktadır: 1) Beşerî bir dili öğrenme yeteneği. Bundan dolayı “*language*” kelimesi Türkçe’de “dil yetisi” terimiyle karşılanmıştır. Buna “dil yetisi fakültesi” adı verilir. 2) Dilbilimsel olgular bütünlüğü. Diller bazı noktalarda birbirine benzer, bazı noktalarda birbirinden farklıdır. Dil bilimi, diller arasında ortak olan tümelleri (*universaux*) araştırır. Bu ortak noktalar bütünlüğüne dil yetisi “*Language*” adı verilir. Dilbilimsel olgular bütünlüğü anlamındadır. Kelimenin ikinci anlamını karşılamak için Türkçe’de “lisanîlik” terimi kullanılabilir (TurkceBilgi.Net, 2011).

pantolon ve Bottega Venatta küpeler gardırobunuzda mutlaka bulundurmanız gereken ürünler” (!) ve bunun gibi pek çok metinlerinde nesnelerle yaşam düzeylerinin kurgulanışı görülür. Çözümlemelerde metinlerin çoklu işlevine dikkat çekilir. Örtük dil kullanımıyla sözcükler yumuşatılmakta, gölgelendirilmekte ya da kapalı anlatımlara başvurulmakta; iletiler, yardımcı görsel göstergelerle okuyucuya sezgi yoluyla aktarılmakta; statü, rol ya da cinsiyet, baskıcı erkek-egemen kültürün öğretilerine uygun olarak yapılandırılmaktadır. Yani (yeni) kadın kimliği ya da kadınlık rolleri bu tip söylemlerle yapılanmakta/sağlamlaştırılmaktadır.

Kadınların nesnelerle kişilik alışverişine girdiği, bedenlerin nesneleştiği bir çağda Baudrillard “nesne-insan” analiziyle okuyucuyu zorlu bir düşünsel serüvene çıkarır. Ona göre, gerçek bir ilişki ya da gerçekten yaşanmış bir duruma tanıklık eden, zihinde duygusal bağlar kurulan nesneler tüketilemez. Bir nesnenin, tüketim nesnesine benzemesi için, nesnenin göstergeye dönüşmesi gerekmektedir. Nesne, sistemli bir gösterge statüsüne sahip olduğunda insanın kendisiyle ilişki kurma biçimini de değiştirmektedir. Yazar, sistemli ve sınır tanımayan bir tüketim sürecinin ortaya çıkmasını sağlayan düşüncenin kökenini, yaşamın tüm alanlarında sunulan nesnelere sahip olamama gerçekliğinin yarattığı düş kırıklığıyla açıklar. Sonuç olarak hep bir eksiklik duygusu yaratan sınırlı tüketimin, denetim altına alınabilmesi olanaksızdır (Baudrillard, 2010, 241-247). Tevrat’tan, Lacan’a değin kadın çözümlemesinde, karşılaşılan eksiklik duygusunu Baudrillard da işlemiştir.

Post-modernist kuramcıdan hareketle, reklamlar da benliğin sadece cinsel bir kimlikle var olabileceğini gösteren koşulsuz ya da kusursuz güzellik söylemleriyle doludur. Eksiklik düşüncesi beğenilme kaygısına dönüşürken, kadının adeta seçilen, seyredilen, sergilenen, beğenilen bir nesneye, görsel bir metaya dönüştüğü söylenebilir. Görsel beğeni değeri içinde, güzel, çekici, tüm bakışların izlediği bir kadın olmak ve bunu bir güç olarak kullanmak, kadının toplumdaki yerini belirleyen ve güç dengelerini kurmasını sağlayan önemli bir adımdır (Sullam, 2004:152). Beğenilme arzusu asansöre binen bir kadının önce aynaya bakması, erkekten farklı olarak inerken mutlaka bir kere daha bakması (bazen odaklanması) şeklinde gözlendiğinde, kimi kadınların sürekli olarak nasıl görüntü verdiği konusunda büyük bir kaygı yaşadığı görülebilir. Ayrıca burada tehlikeli bir bireysel narsizm söz konusudur. Kendini beğenmeye özendirilen kadın, bu yolla başkalarının da beğenileceğini umabilir. Baştan çıkarma işi bir tür tüketimde kendi üzerine döner; ama göndergesi daha çok başkasının yargısı üzerinedir (Baudrillard,

1997:108). Baudrillard aracılığıyla araştırmanın modellik mesleğinin içinde barındırdığı çelişki da tam bu noktada kuramsal olarak desteklenmektedir.

Her şeyin idealleştirildiği, mükemmelleştirildiği ya da cinselleştirildiği bir dünyada ideal/gerçek sınırına gelindiğinde, gerçeğin ne olduğu sorusuna yine Baudrillard tarafından yanıt aranmıştır. Gerçek, yanılsama içinden çekilip alınmış bir soyutlama, başka bir deyişle somut görünümlere büründürülerek zorla göstergeleştirilmiş bir biçimdir (Aktaran Noilles, 2010:265). Gerçekliğin; televizyon, internet, reklam, sinema, moda ve eğlence endüstrilerince yeniden üretilmesi nedeniyle içinde yaşadığımız evrenin “simülasyon”⁷⁶dan ibaret olduğunu dile getiren Baudrillard düşüncelerini “hiper-gerçeklik” kuramıyla açıklar. Post-modern devrimle modern söylemlerin artık geçersizleştiğini, politik bir anlamı olan söylem denilen şeyin kendisinin de bir göstergeden, “*simulakr*”⁷⁷dan ibaret olmakla yok olduğunu öne sürer:

Post-modern zamanlarda yapılabilecek veya gözlenebilecek olan tek şey, modern zamanlarda yapılanların simülasyonudur. Şeyler, göstergeler ve eylemler, düşüncelerinden kavramlarından, özlerinden, değerlerinden, göndermelerinden ve amaçlarından kurtuldukları zaman sonsuza dek kendilerini üretirler.

Düşünce çoktan yok olmuşken, şeyler yaşamını sürdürür. (...) Her şey politik bir anlam kazandı, özellikle 1968’den bu yana sadece gündelik yaşam değil; delilik, dil, medya ve hatta arzu bile politik bir anlam kazandı... Aynı zamanda her şey cinsel hale geldi, her şey arzu nesnesidir: iktidar, bilgi, her şey fantezi [fantastik] ve bastırma terimleriyle yorumlanır, basmakalıp bir cinsellik her yere [her şeye] egemen bir durumdadır. (...) Her kategori mümkün olduğunca genelleşir ve böylece tüm özgüllüğünü yitirir ve tüm kategoriler tarafından emilir. (...) Her şey cinsel olduğunda artık hiçbir şey cinsel değildir ve cinsellik tüm anlamını yitirir.⁷⁸ Her şey estetik olduğunda artık güzel ya da çirkin olan bir şey kalmaz, sanat da yok olur (Aktaran Mısırlı & Balta, [1998] 1999:44-45).

Kültürün, cinselliği yapılandırmasındaki gücü ve bunun toplum üzerindeki yansımalarına, Foucault’nun eserlerinde de rastlanır. Düşünür, cinselliğin baskı altına alındığı ve iktidarla ilişkilendirdiği burjuvazi dönemini irdeler. Cinselliğin bir günah olarak görüldüğü tarihte, cinselliğe karşı günah işlendiğini açıklamaktadır. Cinselliğin bu denli gizli ve gizemli bir şey olarak algılanmasını, iktidarın cinsellik üzerinde yasaklamalarına ve sansür uygulamasına bağlar. Cinsellik daha çok erkeklerle kadınlar, gençlerle yaşlılar,

⁷⁶ *Simulation*: Taslama, taklit, benzerini yapmak (Red House Sözlük, 2010)

⁷⁷ Taklit, “mış gibi”.

⁷⁸ Çağımızın post-modern çıkmazı! “Her şey olabilir” dediğimizde... “Hiçbir şey olmaz” olur (Bozkurt Güvenç’in tez danışmanlığı notlarından).

ana-babalarla çocuklar, eğitimcilerle öğrenciler, papazlarla laikler, bir merkezi yönetimle halk arasında iktidar bağıntıları için son derece yoğun bir geçiş süreci/sorunudur (Foucault, [1996] 2007:79). Foucault gibi Pierre Bourdieu de, iktidar ilişkilerinin cinsiyet ayrımı ekseninde üretimi ve pratik yaşamdaki izdüşümü üzerine çalışmalarda bulunmuştur. Bu bağlamda sosyal bilimlerin terminolojisine *habitus*, *doxa*, alan, kültürel sermaye, sembolik şiddet ve sembolik iktidar gibi bir dizi kavram katmıştır. Bourdieu'nün yaklaşımına göre düşünce, davranış, tutum, beğeni ya da dürtülerden oluşan yaşam tarzlarına veya dünya görüşlerine ve hatta toplumsal cinsiyet rollerine varıncaya kadar her şey *habituslar* üzerinden şekillenmektedir. Ayrıca her sınıfın kendine özgü *habitusları* vardır ve farklı varlık koşulları farklı *habituslar* üretir.

Bourdieu iktidar kavramıyla, “alan” kavramını birlikte kullanır ve “iktidar alanı”nı temel alan olarak gösterir. Hiyerarşik sıralamaya göre en üstte alta doğru ekonomik, kültürel, bürokratik, akademik, sanat alanları dizilidir (Bourdieu, 1998:272). Aktörler; estetik, sanat, din, hukuk, siyaset gibi “alan”lardan her birinde, iktidar ve statü için mücadele ederler. Fransız düşünür, estetik, moda, müzik, yemek gibi kültürel beğeniler ya da becerilerin elit gruplar tarafından belirlendiğini ileri sürer. Bütün bu alanları kültürel sermaye ile açıklayan Bourdieu, kültürel sermayeyi daha geniş bir *habitusun* boyutu ve bu nedenle ona sahip olanların toplumsal konumlarını yansıtan bir olgu olarak görür (Smith, [2005] 2007:190). Terminolojisindeki diğer kavram olan sembolik şiddet de, yine iktidarla ilişkilendirmektedir. Sembolik şiddetin var olabilmesi için kadın ve bedenine gereksinim olduğunu dile getiren Bourdieu, sembolik şiddet kadınlarda yaratılan “eksiklik” duygusuyla birlikte açıklar:

(...) Böylelikle sanki erkek bakmadığı zaman kadın var olamayacaktır. Kadından arkadaş canlısı, güler yüzlü, itaatkâr ve çekici olması beklenir. Sembolik şiddetin uygulanışı bakımından kadınlık, erkeklerin beklentilerine müsamaha göstermektir. Bu bakış açısından başkalarına bağımlı olmak var olmanın bir koşulu haline gelmiştir. Kadın kendisini kurmak [var olmak] için başkasının bakışına muhtaç bir durumda bırakılmaktadır. Sembolik şiddetin belki de kadına verdiği en büyük zarar çok sıradan ve doğal görünen pratikler üzerinden kendisine dair bir değersizlik ve yetersizlik [yetmezlik] hissi vermesidir. Kadınların kendilerini değersiz ve yetersiz hissediş stratejik bir tercihi tetikler ve kadınlar bu yetersizliği aşmak için erkekleri bir tür kaçış noktası olarak görürler. Bu haliyle eş seçimi “rasyonel bir hesap” meselesi haline gelir ve kadınlar iktidar oyunun güçlü oyuncusu olan erkeklere ilgi duyarlar (Bourdieu, 2001; Aktaran Türk 2010:19-20).

Eksikliği kapatmak, dahası yaratılan hoşnutsuzluğu arzularla körüklemek için kadınlara gerçekmiş gibi algılanan idealler dayatılır. Kadınlık arzuları, gelecekteki kusursuzluk vaadiyle ideallere ulaşma -ideal bacaklar, ideal saçlar, ideal evler, ideal kekler, ideal kocalar- tuzağına davet edilir (Coward, 1993:16). İdealler, Bourdieu'nün kültürel sermayeyle belirttiği “elitler” tarafından ulaşılmaz yapılar olarak kurgulanırken, ideal olarak sunulan bedene sahip olmak için kadınlar, Baudrillard'ın söylemiyle daha fazla tüketime yönlendirilmektedirler. “*Sonuç olarak bir eksiklik duygusunun üstüne oturan tüketime denetim altın alınabilmesi olanaksızdır*” (Baudrillard, 2010:247).

Erkeğin bakışına göre var olan kadınlık kurgusunda, eril tahakkümü sorgulayan post-modernizm ve post-feminist akım, belki de iktidar ilişkilerini en çok eleştiren bir dönemin savunucuları ile öne çıkmıştır. Post-modern yaklaşımların dile getirdiği görsel beğeni değeri, kimi kadınların neden güzelleşme arzusu duyumsadığının anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Bu arzu, bir statü veya bir güç elde etme isteği olarak belirebilmektedir. Ancak beğenilme arzusu, bireysel narsizme; baştan çıkarma oyunuysa kadınları cinsel objeye dönüştürebilmektedir. Bourdieu'den hareketle güzelliğe dair inanç, anlayış ya da pratikler *doxa* olarak ele alındığında, kadınların neden cinselliğin ön planda olduğu bir kimliği -farkında olmadan ya da üzerinde tartışmadan- içselleştirdiğini de anlaşılır kılmaktadır. Güzellik ideallerinin, bazı kadınlar tarafından tutkuya dönüşecek biçimde içselleştirilmesi, güçlü olma tahayyülleriyle yaşayan kadını, gerçekte bağlantısının koptuğu sanal bir alana hapsedebilir. Bir sonraki bölümde fotoğrafın öldüğü, imajların dijital olarak sunulduğu ve siber-mekân olarak tanımlanan sanal ortamlarda tüketime dayalı kadın kimliği incelenecektir.

3.5. Tüketim Nesnesi Olan Kadın

Günümüzde sosyal bilimler alanında post-modernistlerin “Artık her şey olabilir” (*Anything goes*) sloganından, “Tüketiyorum, öyleyse varım” (*I consume, therefore I am*) sloganına geçilen bir çağ tartışılmaktadır. Teknolojinin evcilleştirilmesi, yaşam standartlarının iyileştirilmesi, yoğun üretim, iletişim devrimi sonucu tüketim, geniş kitlelere yayılmıştır. Amerika’da tüketim olgusu 1920’li yıllardan (Amerikan Rüyası olarak adlandırılan dönem), “*shop till you drop / tükenene kadar tüket*” sendromunun belirdiği 1980’lere kadar hızla gelişmiş, artık hiper tüketim çağından (Aydoğan, 2004:120-122) bahsedilmektedir.

Karl Marx'ın "Vahşi Kapitalizmin" bir sömürü düzeni olduğu tezini bir anlamda doğrulayan *Tarihin Sonu ve Son İnsan* (1999) eserinde Francis Fukuyama, küreselleşmenin kaçınılmazlığını, (hatta küreselleşemeyen ulus devletlerin yok olacağını/edileceğini) savunur. Fukuyama'ya göre yoksulluk, piyasa güçlerinden değil, kültürel dezavantajlardan kaynaklanmakta ve liberal kapitalizmden daha iyi bir alternatif bulunmamaktadır (McLennan, 2005:93). Ancak Fukuyama, kapitalizmi; yaratıcı olduğu kadar aynı zamanda yıkıcı bir güç olarak, ekonomik ve ahlaki ilişkiler açısından, toplumsal düzenin bozulması anlamına gelen "Büyük Çöküş"ün de kaynağı olarak yorumlamaktadır (Fukuyama, 2009 [2000]: 335). Küreselleşme adıyla yeniden doğan emperyalizm, 11/9 saldırısı ve Irak işgali, Orta Doğu ülkelerinde iç savaş ve politik oyunlar süregiderken; ABD, teknolojik üstünlüğü ile dünyayı kumanda ettiği bilgi çağında "İletişim Teknolojisi"⁷⁹ (*Information Technology IT*) devriminden söz edilmektedir.

İletişim çağında yeni teknolojik ürünler ve kitle iletişim araçlarının şartlı etkisi altında kitlelerin yarattığı bir "kitle kültürü" kavramı kullanılmaya başlandı. Kitle kültürü ile tekelci kapitalizmin hem mal, hem de imge satışını yapan, uluslararası pazarın değişmelerine ve gereksinimlerine göre biçimlenip değişen, önceden yapılmış, önceden kesilip biçilmiş, paketlenip sunulmuş bir kültür anlatılmaktadır (Erdoğan & Alemdar, 2005:31). Kitle kültürü; sanat, estetik, din, felsefe ve sosyoloji alanlarında daha önceki düşünce sistemlerini geri plana iterek, büyük çapta ideolojilere, sosyal hareketlere ve materyalist öğretilere açık yönelim biçimlerini ortaya koyuyor (Türkdoğan, 1992:102):

Çağdaş kapitalist toplumlarda kitle kültürü, ilkokuldan itibaren uygulanan eğitim sistemiyle, gençleri; ekonomi politiğe uygun olarak kıran kırana bir yarışın içine sürükler. Bu yüzden birey, kişiliğini yaşayamaz, sürekli maddi değer kalıpları içinde girişimlerde bulunur. John Huizinga, çağdaş insanın daha olgunlaşmamış çocukça; yani erginlik çağının ruhi derecesine uyan bir tarzda davrandığını ileri sürerek, bunun belirtilerinin "Bayağı eğlenceler, büyük sansasyonlara ihtiyaç duyma, kitlesel resmigeçitler ve sloganlara yönelik eğilimler, gerçek esprinin yokluğu, değersiz adi yayınların yayılışı, ölçsüz nefret, sevgi veya eleştiri ve övme parolaları olduğunu" söyler. Böylece, kitlelere yönelik çocuksu davranış biçimi diye ifade edilen puerilizm⁸⁰, aslında patolojik bir ruh haletini ortaya koyar.

⁷⁹ İnsanlık (medeniyet) sırasıyla Endüstri, Kentleşme Devrimlerinden geçmiş, bugün yeni bir devrim olan Enformasyon Teknolojisi Devrimini yaşamaktadır. Enformasyon (bilgi) teknolojisini (medyayı) evcilleştirmeye ve tüm insanlığa sunmaya çalışıyorlar (Güvenç, [1993] 2008: 134).

⁸⁰ Puerilizm: Psikojen histerik psikozların diğer bir tipi de puerilizmdir. Bu sendromun başlıca özelliği hastaların kendilerini çocuk gibi görmeleridir (Latince *pueriles*, çocuğa benzer demektir). Böyle bir durum geçiren şahıs çocuk gibi hareketler eder; el çırpma, çocuk sesi ile büyüklerin onunla oynamasını çikolata, oyuncak almalarını ister vs. (Polatlı, 2009).

Puerilizmin hâkim olduğu bir toplumda, Weber'in “kapitalizmin ruhu” diye tanımladığı Protestan ahlakı ve değerlerinin yavaş yavaş yok olduğu, yerine Keynes'in “hayvani kapitalist ruhu” biçimde yorumladığı sömürü zihniyetinin geçtiği görülür (Türkdoğan, 1992:105).

Adorno, kitleyi aşırı derecede otorite düşkünü olduğu için eleştirmektedir. Kitlenin telkin edilme olayında kendini gösteren ve kendisinden korkulan bir “ata”dan bahseder. Ona göre “ata”, kitlenin idealidir. “Ata”nın karşısında adeta iradesini yitirmiş bir kişilik olarak tasarlanan birey, kolektif bir otorite tarafından kendi düşüncesine yabancılaştırılır (Adorno, 1990:33-34). Adorno bu noktada, kitlelerin kendilerinin oluşturduğu bir kültür gibi ya da sanki popüler sanatın çağdaş bir formunu gösteriyormuş gibi algılanmasından dolayı kitle kültürü kavramı yerine “kültür endüstrisi” terimini kullanır. Adorno için kültür endüstrisi, insanın ruhsal kurtuluşundan daha da önemlisi, etindeki, tenindeki gereksinimlerin insansal bir biçimde doyuma ulaşmasını engelleyen bir olgudur:

Kültür endüstrisi, oyunlarla, sahne düzenlemeleri ile hazzı sonsuz biçimde ertelemektedir. Oynanan oyunun tek içeriği olan vaat [umut] ise, aldatıcıdır; oyunun ispat edilebildiği tek şey, hakiki mutluluğa hiçbir zaman varılamayacak oluşudur (Aktaran Jay, 2001:166).

Adorno'nun mutluluk oyunundaki gibi, güzellikle mutluluk arasında kurulan ilişki de sahte bir düzenleme ve gittikçe ulaşılmaz bir hedef haline gelmektedir. Kapitalist ekonominin ihtiyaca göre değil, gösterişe göre kitleleri yönlendirmesi sonucu, bedeni güzelleştiren uygulamalar, marka giysiler, lüks tüketim nesneleri çılgınca tüketilir olmuştur. Yıldız Silier'in sözünü ettiği tüketim çılgınlığı bir oburluk olarak tanımlanmakta ve var oluşunu tüketimle bir tutan (Tüketiyorum, öyleyse varım!) bireyler, güçsüzlük hissi olarak algıladığı özerklik (otonomi) eksikliğini telafi etmek için tüketime yoğunlaşırlarken adeta nesneleşmekte ve bu kısır döngü hayal kırıklıkları ve çaresizlik içinde kendini yenilemektedir (Silier, 2010:170). Silier'in sözünü ettiği tüketime güdümlü duygu ve gereksinimler dünyasında kadınlar da, özellikle yaşlanmaya karşı güzelleşmeye çalışarak tüketime yönelmekte ve bir anlamda özerklik eksikliğini de kapatmaya çalışmaktadırlar. Yaşlanmaya karşı genç ve güzel kalma hedefi, bir başka açıdan bir kısır döngü olarak da yorumlanabilir.

Bireysel davrandığına ya da özgür seçimler yaptığına inanarak yaşayan bireyler Silier'in bahsettiği üzere çaresizlik ya da mutsuzluk anlarında yine tüketime yönlendirilirler. Aslında tüketici kitlesi yoktur ve hiçbir ihtiyaç kendiliğinden, yani tüketici tabanından doğmaz (Baudrillard, 1997:67). Kadınların mutluluğu için saçından, tırnağına, SPA⁸¹ Merkezleri'nde güzellik kürlerinden, kozmetik/estetik uygulamalara kadar her türlü gereksinim düşünülmüştür. Kadınların mutluluğu kapitalizmin tek kaygısıymışçasına tüketime giden çözüm yolları olarak sunulmaktadır. Kapitalizmin özellikle kadınları nesneleştirdiği, sömürdüğü ya da tükettiği eleştirilerine rağmen, tüketim övünç kaynağı olabilmektedir.

Sibel Özbudun “Kadınların Milenyumunu mu Dediniz?” (2000) başlıklı makalesinde kadının ikincilliği, günümüz sömürü sistemine, “ücret düzeyini düşük tutmada”⁸², istihdam alanlarını sınırlamada ve sosyal maliyetleri asgariye indirmede kapitalizme muazzam bir olanak sağladığını ifade etmektedir. Yeni Dünya Düzeni (YDD)'nin küreselleştirici ve özelleştirmeci stratejisi içinde kadınların kurtuluşunun mümkün olmadığını iddia etmektedir (EK 2) (Özbudun, 2000:113).

Bourdieu, dünyanın yeni efendileri olarak tanım getirdiği ekonomik ve politik açıdan egemen güçlerin, tüm kültür mallarının üretim ve dağıtım araçları üzerinde nerdeyse mutlak bir iktidarı olduğunu, toplumların çoğunda farklı, hatta karşıt kalan simgesel, kültürel ve ekonomik erkleri tek elde toplamaya yetecek ve çıkarlarına uygun düşen bir dünya görüşünü aşılayacak güçte olduklarını ifade eder. Büyük iletişim grupları tarafından neo-liberalizm retoriğinin ayrıntılarıyla incelenmesi, yayılması ve içe işlemesi gerektiği görüşünün, evrensel bir dolaşıma girdiğini yorumlar. Bu düşüncesini, medyada sıklıkla yer bulan söylemlerle örneklendirir: “eşitlikçilik, binlerce insanı sefalete mahkûm eder”, “ekonomi evrenselleşiyor”, “değişmek gerek”, “daha çok pazar, daha çok eşitlik”, “rekabetçilik”, “yaratıcılık”, “enflasyonu yenmek”, “alışverişin özgürlüğü” gibi...

⁸¹ *Selus Per Aquam*: Latinceden dilimize çevrilen sözcükler su ile gelen rahatlık anlamına gelmektedir.

⁸² Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitsizliğini iş gücüne katılım oranlarıyla değerlendiren Yıldız Ecevit (2009), kadınların işgücüne katılımının Cumhuriyet tarihi boyunca en düşük düzeyde olduğunu belirtmektedir. Kırsal kesimde kadınların iş gücüne katılımının 1998 yılında yüzde 51’den, 2006’da yüzde 33’e düştüğünü dile getiren Ecevit, toplam yüzde 24.9 olan oranla Türkiye’nin OECD ve Avrupa Birliği ülkeleri ortalamasının en altında bulunduğunu açıklamaktadır. Ayrıca çalışan kadınlar içinde kanun yapıcı, üst düzey yönetici ve müdür olarak çalışanların oranının yüzde beş (erkeklerde yüzde 13.4), kayıt dışı çalışanların ise yüzde 66 olduğu ülkemiz OCDD 2007 İstihdam Raporu’na göre, kadın işsizliğini en yüksek olduğu ülkeler arasında yer almaktadır. Ecevit, muhafazakâr toplumlarda kadına düşen toplumsal cinsiyet temelli iş yükünün nedenini, okülöncesi çağ nüfusunun okullaşamamasına, ücret eşitsizliğine ve ücret düşüklüğüne bağlamaktadır.

Bourdieu'ye göre bu sürekli kuşatma etkisi, sonunda dinginlikle kabul görmektedir (Bourdieu, 2006:151-152).

Yine Özbudun tarafından tüketerek var eden, özgürlüğe açılan kapının nesneler dünyasından geçtiğini vaat eden kapitalist sistem, ataerkil düzenin tabiileşmiş (normal sayılan) hali olarak yorumlanmaktadır. Bir başka ifadesiyle kapitalizmin en çıplak halini (özünü) oluşturan liberalizm, içsel mantığı itibariyle, erkek tahakkümüyle uyumludur; onun tasfiyesi bir yana, (farklı formlarda) yeniden üretimini sonsuzlaştırmaya eğilimlidir (Özbudun, [2009] 2011:56). Teknolojideki her yenilik bu sistemi destekler. Kadınlar için sürekli nesneler, imgeler, bedenler, yüzler ve yeni kimlikler üretilir. Tüketimin cazibesine doğru çekilen kadının, hem bedeni, hem de düşünceleri sanki ele geçirilmiştir.

Tüketim çağı eksikliğin-mükemmelliğin, canlılığın-bezginliğin, açlığın-bolluğun, şöhretin-sıradanlığın, rüküşlüğün-incelikli zevkin, mutluluğun-depresyonun ve insana özgü tüm değerlerin, değersizliklerle iç içe yaşandığı bir çağ olarak eleştirilebilir. Bir anlamda Fukuyama misali “Büyük Çöküş” olarak da açıklanabilen insanlık değerlerin çöküşünün irdelendiği bir çağda, kapitalist ekonominin kuralları çevresinde kadınların da tüketim nesnesine indirgendiği söylenebilir. Bu bölümde dönemlere göre değişen kadın kimliği ve güzellik olgusu, ataerki, iktidar, hegemonya, hiyerarşi kavramlarıyla birlikte incelenmiştir. Çalışmada güzelliğin bir güç olarak dile gelmesi, ona sahip olanların kendisini güçlü olarak hissedip hissetmemesinden farklı olarak değerlendirilebilir. Belki de bu sebeple güzel kadınlar -ki bir deneyim alanı olarak modellik mesleğini yürüten modeller (kraliçeler)- dışarıdan güçlü görünmekle beraber, benlik algısı olarak diğer kadınlarla aynı duyguları paylaşmaktadırlar: “eksiklik, kusurluluk, parçalanmışlık”. Ne ki bu görüş, güzelliğin bir güç olmadığı ya da değişim değeri taşımadığı anlamına gelmemelidir. Önceleri belki güzelliği güce dönüştüren tek yol “zengin bir erkeğe” bağlıyken, güzellik endüstrisi ve kitle iletişim araçlarının gelişimi ve yayılmasıyla güzellik, “şöhret ve zenginlik” için takas edilen bir değer olarak da görülebilmektedir.

Bölüm sonunda özetlemek gerekirse çalışma sorunsalı olarak endüstrileşmiş toplumlarda iktidarın ve onun güzellik söylemlerinin etkisiyle tüketim nesnesine dönüşen “kadın” sorunu, sosyolojik, antropolojik, psikolojik, feminist ve felsefi kuram ve düşüncelerle ifade edilmiştir. Yeni bölümde araştırma sorunu, alan çalışması kapsamında görüşülen kişilerle tartışılacaktır.

BÖLÜM IV. METODOLOJİ

4.1. Araştırmada Kullanılan Yöntem ve Teknikler

Sosyal/kültürel antropolojide kültür kapsamına giren olguları incelemek amacıyla, araştırma alanını daha çok derinlemesine anlama ve değerlendirme olanağı sunan niteliksel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Bu bağlamda araştırmada bir niteliksel araştırma yöntemi olan derinlemesine görüşme tekniğini kullandım. Herhangi bir genelleştirme yapmaktan kaçarak, disiplinlerarası bütüncül bir yaklaşımı temel aldığım alan araştırmasında çoğunluğu kadın, 50 kişiyle görüştim. Katılımcıların her biri toplumu doğrudan veya dolaylı yönden etkileyen ve sosyolojide kuramsallaşmış bir kavram olan “elitler” den oluşmaktadır.

Genel olarak elit çalışmalarında, araştırma evrenini belirlerken başlıca dört teknik kullanılır: 1) Konumsal/Kurumsal analiz (*Positional Approach*), 2) Ünsel analiz (*Reputational analysis*), 3) Kararsal analiz (*Decisional analysis*) (Arslan, 2007:1). “Seçkinci/Elitist teori”sine göre, araştırma grubunu belirlerken “konumsal/kararçı yaklaşım”ı tercih ederek; siyaset, ekonomi, medya, yargı, sanat, moda ve eğitim alanlarında sosyal statü sahibi kişilerle görüştim.

Dönemlere bağlı olarak elitleri tanımlayan özellikler değişmekte, pek çok faktör elit dolaşım sürecinde belirleyici rol oynamaktadır. Amerika’da ekonomik bağımsızlığını çalışarak kazanmış bireylerin toplumsal dünyasında artık yeniyetme (gençler) de üst statülerde yer alabilmekte ve yeni zenginler sıfatıyla yeni bir toplumsal sınıf oluşturarak soya dayanan (atfedilen statü) toplumsal tabakalaşma sistemini değiştirebilmektedirler (Mills, 1974: 72-73). Bu yeni zengin tanımı içerisinde yükseköğretim görmemiş bireyler olabildiği gibi, şartlarını zorlayarak yükseköğrenim gören bireyler de yer alabilmektedir. Bu bağlamda araştırma grubu iki ilköğretim, bir lise mezunu ve iki üniversite öğrenimini yarıda bırakmış beş kişi dışında tamamı lisans ve lisansüstü eğitim derecelerine sahip kişilerden oluşmaktadır.

Ali Arslan’ın Türk siyasi elitlerini incelediği araştırmasında elitlerin orta ve ortanın üstünde yaş grubundan oluştuğu (2007:111) bulgusundan hareketle, 30 yaşın altındaki bireyleri -kendisini gerçekleştirmek, hedeflerine ulaşmak ya da ulaşmaya yakın olmak gibi kriterlere uygun olmaması sebebiyle- araştırmaya dâhil etmedim. Çalışmada, elit olarak nitelendirilen sosyal grubun hepsi meslek sahibi ve alanında uzman kişilerdir. Görüşlerine yer verilen elitlerin önemli bir kısmı medya aracılığıyla tanınmış kişi

kategorisinde yer alan, görüşleriyle bazı kitleleri etki altına alabilecek bireylerden oluştuğu gibi, iktidar ya da muhalefet alanlarında söz sahibi olabilecek özellikte bireylerden oluşmaktadır.

Görüşülecek kişiler listesini hazırlarken, grubun özellikle farklı meslek alanlarında çalışan kişilerden oluşmasına dikkat ettim. Çoğunluğunun birden fazla mesleki kimliği olmakla birlikte, bu meslek dalları arasında, en fazla medya kuruluşunda çalışan gazeteci-yazarlar öne çıkmıştır (Görüşülen kişilerin demografik bilgileri için bkz. EK 3). Bu bağlamda, gazeteci-yazar, akademisyen, kadın derneği kurucusu ve üyesi, siyasetçi, sanatçı, iş insanı, dergi yöneticisi, haber ve radyo programı yapım ve sunucusu, basketbol koçu, psikiyatrist, estetik cerrah, hukukçu, top model, Avrupa güzeli, güzellik yarışması jüri başkanı ve modellik ajansı sahibi ve doktor olan katılımcılardan bazılarının bu mesleklerin bir veya birden çoğunu icra ettikleri görülmektedir. Ayrıca elit teorilerine dayanarak belirlenen araştırma grubunda; aynı sosyal gruplara dâhil olup, farklı siyasi görüşleri paylaşan kişiler olduğu gibi, farklı sosyal gruplara dâhil, ancak aynı görüşleri savunan kişiler de bulunmaktadır. Araştırma grubu Müslüman, Musevi, Alevi, Budist, ateist, deist, laik, hümanist, feminist, transseksüel ve homoseksüel gibi farklı inanç, yönelim, tercih ve görüşlerden birine ya da birden fazlasına mensup olduğunu dile getiren bireylerden oluşmaktadır.

Yüz kadar kişi arasından, genellikle e-posta yolu ile kurduğum bağlantılar sonucunda görüşme talebini 50 kişi kabul etmiştir. Farklı şehirler veya ülkelerde yaşayan kişilerle yaşanan iletişim kopukluğu, sağlık sorunları, özellikle sanatçılara ulaşmada yaşanan sorunlar ve iş yoğunluğu gibi sebepler sonucunda diğer 50 katılımcı ile görüşemedim. 37 kadın, 13 erkek, toplam 50 kişiden oluşan liste tamamlandıktan sonra, bu isimlerle bire bir bağlantıya geçtim.

Çalışmada, katılımcılara yüz yüze görüşmeden oluşan derinlemesine görüşme tekniği uyguladım. Beş görüşmeciye kartopu tekniğiyle, yani görüşülen kişinin referansı ile ulaştım. Görüşme sırasında bireylerin çoğuna kendi çalışma alanlarına ilişkin soruların sorulmasının yanında araştırma sorusuna odaklandırılmış, “Görüşme Rehber Formu”na (EK 4) göre düzenlenmiş sorular sordum ve bulguları bu doğrultuda değerlendirdim.

Özetle, çalışma kapsamındaki grubun güzellik anlayışını sorgulayarak, güzellik kıskacında tüketime yönlendirilen ve kendi benliği ile takıntılı, görünüş-kişilik ayrımına veya bunalımına düşen ve bu sebeplerle tüketim nesnesine dönüşen kadın sorununa bakış açısını değerlendirdim.

4.2. Alan Çalışması

Alan çalışmasında kullandığım araçlar, not defteri, soru kâğıdı, fotoğraf makinesi ve ses kayıt makinesidir. 2011 Mart - 2012 Şubat ayları arasında gerçekleşen araştırmada, 50 katılımcıyla kendi mekânlarında tek tek görüşmeler yaptım. Görüşme süresi her bir katılımcının kendi isteğine bağlı olarak ortalama iki saat sürmüştür. Ancak iş yoğunluğu sebebiyle şehir dışında bulunan bir katılımcının yanında bir hafta, diğeri ile bir tam gün geçirdim. Yine İstanbul dışında buluşabildiğim bir başka katılımcı ile iki gün görüştüm, yurtdışında yaşayan ve evinde ziyaret ettiğim diğeri iki sanatçıyla ise yarım gün süren bir zaman dilimini paylaştık. Katılımcıların neredeyse tamamıyla sohbet dönüşen görüşmeler, kayıt cihazını kapattığım ortalama iki saatlik sürenin sonunda da devam etti. Görüşme esnasında katılımcıların güzellik ve kadın konularına ilişkin dünya görüşü ve yorumlarının büyük önem taşıması nedeniyle -sorulara bire bir bağlı kalmaktansa- görüşmenin, zaman zaman informal sohbet şekline dönüşmesine kontrollü bir şekilde izin verdim. Her bir görüşmeciden alınan değersel, tutumsal ve davranışsal bilgi türleri (Güvenç, 2010:131) için tema analizi yöntemini kullandım. Araştırmadan elde edilen bulguları bir çalışma tablosu hazırlayarak sınıflandırmak suretiyle yedi ayrı başlıkta topladım.

Alana ilk çıkıldığında ne ile karşılaşılacağına dair duyulan merak ve heyecan ön planda olan duygulardır. Bu noktada görüşme sırasında aynı merak hissini katılımcıların da yaşadığını gözlemledim. Çoğunlukla e-posta yoluyla ulaştığım katılımcılardan görüşme süresi boyunca ilgi görmek açıkçası beni oldukça heyecanlandırdı. Örneğin bir tiyatro sanatçısı, antropoloji kelimesini duyar duymaz, bilimsel amaçtan, alan araştırmasının detaylarına kadar pek çok soru sordu. Öyle ki katılımcıların hemen hemen tamamı çalışmaya, soru ve önerileriyle katkıda bulundu. Az ve öz konuşan ve toplumsal sorunlara duyarlı bu kişilerden bazıları ise, araştırmaya bir katkı sağlayamadıkları takdirde görüşlerinin değerlendirilmemesini talep etmiştir.

Dinleyen ve dinleyici ile başlayan görüşmeler çoğunlukla bende, görüşülen kişiyle bir bütün olduğum duygusunu yaşattı. Katılımcılarla kurduğum bağın çok güçlü olduğu yerlerde empatinin yoğunluğundan, birkaç defa gözlerinin dolduğunu hatırlıyorum. Öyle ki, özellikle kadın derneği kurucuları, üyeleri ve aktivist kadınlarla kurduğum yakınlık sonucunda her bir kaydın yazıya dökülen sayfaları 30'u geçmiştir.

Bazı görüşmeler için kısa süreli seyahatlerde bulundum. Siyasi bir kimliği olan iki kadın katılımcıyla ve bir akademisyenle görüşmek için ikişer kez Ankara'ya gittim. Bir sanatçı ile de Bodrum'da görüştüm ve bu sayede Gümüşlük Klasik Müzik Festivali'nde

kendisini dinleme şansı buldum. Bir sonraki gün gerçekleşen görüşmede kadın dayanışmasının belki de en güzel halini yaşadık. Bir bahçede iki kadının kol kola bilgi paylaşımı ve sonrasında gelişen dostluk, sanırım yaşamındaki en önemli kazanımlarımdan biri olmuştur. Aynı şekilde psikiyatrist bir katılımcının dar bir zamanında benle görüşmeyi kabul etmesi ya da felsefe alanında değerli çalışmalarda bulunmuş diğer bir katılımcının görüşülen günün akşamında e-posta ile veri aktarımında bulunması gibi davranışsal bilgileri, bir öğrenciye yardımdan çok, kadın dayanışması olarak yorumluyorum. Katılımcıların karşısına tez çalışmasını yürüten meraklı bir öğrenciden öte, yıllarca mankenlik yapan, meta olarak bedenini sergileyen ve bunu tez konusu yapabilecek kadar soruları olan bir kimlikle çıkmış olmamdan dolayı katılımcıların büyük desteğini gördüm. Bilim insanlarından, akademisyenlere, ödüllü yazarlardan, milletvekillerine, gazeteciden, sporcuya, feminist aktivisten, sanatçıya kadar her alanda kadının ve kadına öncelik tanıyan erkeklerin tez aracılığıyla kadın sorununa karşı bir dayanışma sergilemeleri yaptığım işe çok daha fazla inanmamı sağlamıştır.

Hemen belirtmem gerekirse yaşlılıktan kaynaklanan sağlık sorunu sebebiyle görüşme yapamadığım iki akademisyenden, tez çalışmasında bulunmayı çok arzu ettiklerini, ama sağlık sorunu nedeniyle katılamayacaklarını anlatan iki e-posta aldım. Bir devrin, “Cumhuriyet Kızları” diye anılan başarılı kadınlarından birine telefonda sesimi dahi duyuramamak beni gerçekten çok üzdü. Aynı şekilde duayen olarak anılan bir yazarla da görüşemememin engeli sağlık sorunu olmuştur.

Alan çalışmasına ilk olarak medya çevrelerince haber mutfağının şef aşçısı olarak tanınan bir televizyoncu ile başladım. Bir medya kuruluşundaki odasında zamanla yarışan katılımcı, beni mütevazı bir tebessümle karşıladı. Onunla söyleşi, bana hem cesaret, hem güzel bir deneyim kazandırmıştır. Bu görüşmeyi takiben beş akademisyen ve bir milletvekiline, internetten edindiğim adresleri aracılığıyla ulaştım. Bu kabulleri, aynı zamanda bir özgüven aktarımı olarak değerlendiriyorum. Ayrıca İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi’nden de, özel bir laboratuvardan da ayrıldığımda bir başka tarzda yürüdüğümü hatırlıyorum. Diyebilirim ki görüşme öncesi ve görüşme sonrası şeklinde değişen, iki farklı “Ebru” durumu deneyimledim. Karşılıklı önyargılardan, karşılıklı özgüvene geçilen anların huzuru ve rahatlığı aynı zamanda etik kaygılarımı da azaltmıştır. Bu kişilerin 20, belki de 30 yıllık tecrübelerini dinleme fırsatının getirdiği mutluluğu yaşamım boyunca unutmayacağım. Tezin kavramsal/kuramsal bölümünü yazarken yalnızlık hissini ne kadar yoğun hissettiysem, alan araştırması sırasında da kendimi bir o

kadar dayanışma içinde buldum. Kısacası bu araştırma bana gönenç, güvenç ve değer katan bir çalışma olmuştur.

Katılımcıların rahat tavırları, onların gönüllü yoldaşlığı, yaşamımda unutamayacağım anılarım arasında yer alıyor. En sert görünen bilim insanlarının ya da soğuk sanılan sanatçıların naif tavırları, samimi davranışları benliğimde derin izler bıraktı. İnteraktif geçen görüşmelerde konuşmacı-dinleyici olarak sürekli yer değiştirdiğimizi hatırlıyorum. Öyle anlardan birinde, diyebilirim ki toplumda adı duyulur duyulmaz saygıyla anılan ve herkesin hayranlık duyduğu, sanatçı bir katılımcıya dert yanarak, modellik yaptığım yıllarda hakkımda çıkan medya haberlerini konuştuk. Hemen ardından onun çıplak poz verdiği yıllarda bu kararı alırken, saygınlığını kaybetme korkusu yaşayıp yaşamadığını sordum. Saygınlığın yitimi gibi bir endişeyi hiç yaşamadığını, pozun estetik bulunmama ihtimalini düşündüğünü ve bunun da gayet normal olduğunu açıkladı. Benim de bu tip pozlarım olduğunu dile getirdiğimde gülümseyerek, “*Ne ayıp şey*” cevabını verdi. Sonra da “*Ben herkesi çıplak görürüm, benim için giysiler bir şey ifade etmez*” dedi. Ayrılırken asansörü beraber beklemeyi tercih etti ve beni o güzel sesiyle “*You are beautiful*” diyerek uğurladı. Fiziksel özelliklere yapılan övgülerin, çiçeklerin, podyumdaki alkışların ya da ödüllerin gelir geçerliği yanında, bu iki kelimenin, yeniden inşa ettiğim bedenimde iki tuğla görevi gördüğünü hayal ettim. Bir güzelliğe dönüşen alan çalışması sonrasında daha sağlam adımlarla yürümemi sağlayacak iki ayağa...

İnsan hakları savunucusu ve çevreci bir katılımcı ile İstanbul dışında gerçekleştirdiğim ve bir hafta süren görüşme, bir başka güzel deneyimlerimden biridir. Katılımcı, görüşlerini aktarırken oldukça cömert davranarak sıradışı yaşam deneyimlerinden verdiği örneklerle beni derin düşüncelere sürükledi. Evrensel bir çevre ödülünün sahibi olan katılımcı, kadın dayanışmasının olabileceğini, ne var ki buna bireysel keşiflerle ulaşılabileceğini de ifade etti. Görüşleri sebebiyle işinden kovulduğunu açıklayan farklı bir katılımcı ile yurtdışında ödül alan bir diğer katılımcıyı da dinledikten sonra, sanki kadın dayanışmasına ilişkin yeni ve güçlü bir ses oluşabileceği umudunu sezinledim.

Diyebilirim ki görüşmelerin hemen hepsi bende bambaşka etkiler yarattı. Örneğin evli bir çift ile görüşmem sırasında aile ve kadın-erkek ilişkisi anlamında olumlu gözlemlerde bulundum. Bunlar “uyum, denge, huzur ve mutluluk” olmuştur. Bir erkeğin kadına saygı dolu bakışında, davranışsal bilgi türünün en güzel ve en canlı örneğini görürken, bir kadının eşinden bir adım önde olan konumuna nasıl eşitlikçi bir tutumla

cevap verdiğini izledim. On sekiz yıldır, maddi ve manevi zorlukların ardından gelen şöhret, alkış ve hayran dolu bir yaşamda yan yana ve el ele yürüyorlardı.

Bir başka görüşme, bir katılımcının yaz aylarında yaşadığı yer olan Büyüka'da gerçekleşti. Bu sayede katılımcı ile tüm gün birlikte olma fırsatım oldu. Peş peşe programlanan görüşmelerden bir diğeri, özellikle bir üniversitenin İlahiyat Fakültesi'nde olanı oldukça ilginçti, çünkü üniversitenin içine girer girmez, başörtüsüz tek kadın olmayı oldukça garipsemiştim. Kendimi bir an başörtülü bir kadının yerine koymayı denedim ve kendime şu soruyu sordum: "Acaba başörtülü kadınlar da aynı hissi yaşıyorlar mıydı?"

Aralık ayında gerçekleşen görüşmelerde daha çok güzellik endüstrisi içinde üst düzeylerde görev yapan kişilerle görüştüm. Hazırlık aşamasıyla birlikte 12 ay süren alan çalışması, İslami kesimden bir gazeteci-yazar, bir antropolog ve bir sanatçının katılımıyla son bulmuştur.

4.3. Araştırmanın Etik Boyutu

4.3.1. Antropolojide Etik

Antropolojik bakış açısının en temel ayırt edici yönlerinden birisi, bütüncül yaklaşım olarak ifade edilen ve bir konuya, olay ve olguya kültürlerde var olan öğelerin tümünü hesaba katarak, bu öğelerin birbirleriyle ilişkilerini ortaya çıkararak açıklama getirmeye çalışan bakış açısıdır (Gürsoy, 2007). İnsana bu kadar geniş bir alandan bakan Antropoloji bilimi herhangi bir olguyu, kültür bütünlüğü içinde açıklamaya çalışırken etik kurallar büyük önem kazanır.

Antropoloji bilimine özgü yöntem ve teknikleri kullanarak araştırma yapmak, pek çok etik kurala uymayı gerektirir. Amerikan Antropoloji Kurumu (AAA) tarafından yayınlanan Etik Bildirge'ye (2009) göre, araştırmada ortaya çıkabilecek olumsuzlukları önleme ve insanlarla ilişkileri düzenlemek amacıyla insanlara, hayvanlara, topluma ve bilime karşı sorumluluklar taşımak gerekmektedir. Bir antropoloğun araştırma sırasında dikkate alması gereken en önemli etik ilke, incelediği topluma/kişiye/üyelere zarar vermemektir. Araştırmada söz konusu olan kişi veya kişilerin fiziksel, ruhsal, sosyal durumlarını göz önünde bulundurmak ve korumak temel sorumluluklar arasındadır. Amaç net bir şekilde ortaya konmalı, kişilerin gönüllü rızaları alınmalı, isminin açıklanmasını istemeyen katılımcılara saygı duyulmalı, kişisel çıkarlara hiçbir durumda yönelmemeli, fotoğraf makinesi, ses kayıt cihazı ve benzeri aygıtların ne amaçla ve nerelerde

kullanılacağı konusunda bilgi verilmeli ve kişiler kesinlikle baskıya maruz kalmamalıdır (Association of Ethical Guidelines, 1999:1-5).

Araştırma sırasında görüşmelerden elde edilen bilgilerin araştırmacı tarafından kamuoyuna sunulması veya yayınlanması etik sorumluluklar çerçevesinde doğru, abartısız ve gerçeği yansıtır şekilde olmalıdır. Bu amaçla her bir katılımcıdan, tezin kitap olarak yayınlanma olasılığını da belirterek, gönüllü rızasını aldım. Özellikle isimlerin gizli tutulması hakkına riayet edilerek, kişilere ilk olarak, isimlerinin açıkça yazılıp yazılmayacağı sorusunu yönelttim. Herhangi bir olumsuz cevap almamış olsam da, etik kurallar gereğince katılımcıların kimliklerini gizli tuttuğumu belirtmek istiyorum. Bu amaçla isim kısaltmalarında geçen harfler gerçeği yansıtmamaktadır. Ayrıca bir katılımcının görüşlerini kendi isteği doğrultusunda “Bulgular ve Değerlendirmeler”den çıkardığımı da ilave etmek istiyorum.

4.3.2. Araştırmada Yaşanan Sorunlar ve Etik Kaygılar

Araştırmada karşılaşılan en büyük sorun güzelliğin soyut ve geniş bir alanda değerlendirilmesinden kaynaklanmıştır. Üç yıl gibi uzun bir süre boyunca konuya bağlı kalma ve dağılmama zorunluluğu, yaşama yönelik bireysel sorunlarla birleştiğinde iç ve dış baskılar da artmaktadır. Bunun yanında çeşitli ruhsal gerilimler yaşadığımı itiraf ediyorum. Yalnızlaşmak belki de araştırmacının kolay kolay üstesinden gelemeyeceği gerilimlerin başında gelmektedir. Aslında tez yazımı bir anlamda kişilik gelişim süreci olarak değerlendirebilir. Gelişime yönelik değişime açık bir araştırmacı için bile tabuların ya da önyargıların yıkılması oldukça zordur. Bu bağlamda öncelikle araştırmacının beden ve akıl sağlığını koruması gerekmektedir.

Araştırmanın konusu genel anlamda kadın sorununa doğru yol aldıkça kapsamı büyümüş ve tüm bunlara iyi ve doğruyu bulana kadar yazma zorunluluğu eklenmiştir. Bunun yanında kararlılık, sabır, istikrar, ağır iş koşullarından muaf olmak, özel yaşamda denge ve yakın çevreden alınan yardımlar olmasa tezin tamamlanması belki de mümkün olmayacaktı.

Genelde alan çalışmasının en sıkıntılı anını katılımcıları telefonla aradığım ilk dakikalarda yaşadım. O anlarda tedirginlik, ürkeklik ve kararsızlık gibi bazı negatif duygular deneyimledim. İnsanın ilk birkaç dakika içinde kendini anlatması -hele ki zamanla yarışan, üretken ve başarılı kişilere- oldukça zordur. Bu sebeple her bir

katılımcıya, önce e-posta ile araştırma özetini yollamayı önerdim. Bu gerginliğin sonunda alınan her olumlu cevap, moralimin yükselmesine yol açmıştır.

Kısaca belirtmek gerekirse bir tezi yazarken araştırmacının yaşayacağı en önemli sorun dağılma, dağıtma, soğuma, bir an önce bitirme ya da bitirememe kaygılarıdır. Başka bir ifadeyle “yoldan çıkma” sorunu olarak özetlemek mümkündür.

BÖLÜM V. BULGULAR ve DEĞERLENDİRMELER

Araştırmanın görüşme soruları, Cumhuriyet'in ilan edildiği döneme dair konularla başlamaktadır. Elit teorilerinin başlangıcıyla aynı zamanı paylaşan bu dönemden günümüzde tüketim nesnesine dönüşen kadın sorununu anlamak amacıyla görüşülen kişilerin güzellik anlayışı, güzellik simgesi kadınlar, güzellik endüstrisinin devleşen bir kolu olan kozmetik/estetik cerrahi, güzellik hiyerarşisi ve 50 yaş sonrası kadın ve güzellik konularını tartıştım. Araştırma sorularına ilaveten eril tahakküm altında erkeklerde, iktidara bağlı olarak, bilinçaltılarında bir “kadın korkusu” var olduğu iddiasına yönelik yaklaşımları da değerlendirdim.

Bulgularda ilk olarak Cumhuriyet Dönemi ve sonrası kadının toplumsal konumunda değişen, birçok söylemde gelişen ya da gelişemeyen olarak nitelendirilen süreçleri araştırdım ve 50 kişiden oluşan araştırma grubunun görüşleri doğrultusunda bazı anahtar kavramlara ulaştım. Görüşülenlerin ortak kullandığı kavramların başında eşitlik, kadın hakları, ataerki, kapitalizm, tüketim ve bütüncül güzellik (*holistic beauty*) gelmiştir. Aynı şekilde yine görüşmeler sonucunda ortak ifade edilen bazı değerler de belirlenmiştir. Eşitlikçi ve özgür bir toplum seviyesine ulaşabilmek adına kadınların üretime katılması, öğrenim görmesi, yaşam boyu eğitimin (kültür) önemi, kişilik gelişimi ve “kadınlık bilinci” gibi ifadelerle ve değerlere de oldukça sık değinilmiştir.

Çalışmada görüşülenlere yöneltilen sorulara verilen cevaplar ve verilen bu cevapların değerlendirilmesi aşamasını yedi başlık altında sundum. Güzelliğe dair ortaya çıkan kavramlar ve ifade şekilleri bir tablo (EK 5) içinde bulunmaktadır.

5.1. Kadının Toplumdaki Konumunun Şekillenmesi:

Kadının toplumdaki konumu ile ilgili görüşleri antropolojik perspektiften değerlendirirken ilk adımda söyleyebilirim ki bu konumlandırma, kültür tarihi boyunca ataerki söylemin etkisinin ve cinsiyet rollerini tayin ve tanımlama gücünün yaygın olarak bilinen özelliklerini ortaya koymaktadır. Kandiyoti'nin ([1997] 2007) genel olarak “ataerki pazarlıkları” (*patriarchal bargains*) olarak değerlendirdiği, kadını ataerki söylemin kurguladığı bir kimlik durumuna getiren aile içi aktivite ve konumlandırmadan, davranış kalıplarını belirlemeye, kadına dair sınırlar çizerek yaşam alanlarını sınırlandırmaya hizmet eden bir söylemin ortaya koyduğu bir kimlik ve beden kurulumu, görüştüğüm kişilerin ortak değerlendirmeleri arasında kolayca yerini almıştır. Judith

Butler'ın *Cinsiyet Belası* (*Gender Trouble* - 2008) adlı kitabında ve genel söyleminde yer alan performativite bazlı kimlik ve bedenin kurulumu, ataerkil söylemde “kadın” olarak tanımlanmanın da temeline yerleşiktir. Görüştüğüm kişilerin anlatılarında, bu ataerkil söyleme özgü ögeler sıkça tekrarlanmaktadır.

“(…) Doğu’da köylere indiğiniz zaman ‘kadın’ yok. Kitaplarımı yazdığım sırada yaptığım araştırmalarda gözlerimle gördüm. 20 yaşlarında bir kadının traktörle üstünden geçiyorlar ve bu trafik kazası olarak yansıyor, dolayısıyla öldürenler beraat ediyor. Sonra bir ihbar üzerine tekrar dosya açılıyor, bakıyorlar ki kadını bir kuşunla öldürmek gibi değil; çatır-çutur, ileri-geri üstünden traktörle, kemiklerini kıra kıra geçmişler. İki yıllık cezayı doldurduktan sonra aftan dışarı çıkıp, yine kadınlara zarar vermek üzere salına salına dolaşıyorlar. Bu zihniyette bir toplum içinde yaşıyoruz. Onun için kadının toplumdaki yeri bugün maalesef geri düşmekte, çünkü kadının evinde çocuklarını büyütmekle, kocasına iyi bir eş ve destek olmakla sınırlayan bir zihniyetin hâkim olduğu bir döneme girdik” (B. L., 7 Temmuz 2011).

Yukarıdaki ifadenin ilk cümlesi ve ardından anlatılan olay, ataerkil söylemin kadının toplumsal konumundaki belirleyiciliğinin fiziksel şiddete varan yönünü göstermektedir. Bir anlamda bu belirleyicilik tarihsel akışkanlığa dayalı cemaatçi bir içselleştirmenin de örneğidir. “*Bu zihniyette bir toplum içinde yaşamak*” cemaatçe ve hatta toplumsal bir içselleştirmenin kaynağı olarak ortaya konmakta, kadının ev içi, aile içi ya da bilinen ifade ile “özel alan” içine mahkûmiyeti, tarihsel ataerkil bir sürecin sonucu olarak yansımaktadır. Türkiye bağlamında genellikle tarihsel bazdaki sorularında “*Cumhuriyet’in ilanından bu yana...*” şeklinde başlayan ifadelere başvurmamın nedeni, bu tarihin ve sonrasının kadın kimliğine ve onu özel ve kamusal alanda konumlandırmaya dair zihniyetin, pek çok yenilik ve devrimlerin karşısında dile getirdiği “ilerleme” veya “gerilemeye” dair durumunu, anlatılara dayalı olarak tartışabilmektir.

Genel olarak görüştüğüm kişilerin ifadelerine bakılırsa çoğunluk, Cumhuriyet’in ilanından günümüze kadar “kadının toplumsal konumunda gerilemenin hissedildiği bir değişim sürecinden” bahsetmiştir. Bu çerçevede, Cumhuriyet’in ilk yıllarında sunulan kadın modelinin, -artısıyla eksisiyle “Türkiye Cumhuriyeti’nde Kadın Kimliği” bölümünde tartışıldığı haliyle bile- tam olarak yaşama geçirilemediği düşüncesi ortaktır. Bu ortak görüş, “gelişme” adına yapılan tüm toplumsal yeniliklerin, bir anlamda modernleşmenin ve kültürel-geleneksel yapılara karşı mücadelenin gücüne rağmen, gerçek bir “başarı”nın sağlanamadığı şeklindedir. Şimdilerdeyse özellikle kapitalist sistemin ataerkil ruhunun da hizmet ettiği tüketim ekonomisinin yarattığı güzellik dayatması sebebiyle, yine bu ruhun idealize ettiği bir kadın bedeni yaratma çabasına ve bunun sonucu olarak şekillenen bir

kadın sorununun varlığına işaret etmektedir. Genel olarak bu döneme ait görüşlerde kırsal kesime, oralarda esen geleneksel rüzgârlara, bu rüzgârların havada oluşturduğu kırılğan, incinebilir, düşebilir, yeri gelirse “yok edilebilir” bir kadın bedeninin varlığına değinilmiştir. Bu bedenler, ataerkil söylem tarafından gelenekler, töreler ve din ile bütünsel bir güç bularak kurgulanmış ve tam da “*Kemalist projeye göre, kadınların görünürlükleri ve erkeklerle kadınların toplumsal kaynaşması, kadının kamusal alandaki varlığını belgeler*” diyen Nilüfer Göle’nin (1991) ifade ettiğinin karşısında bir konumlandırmaya işaret etmektedir.

“Cumhuriyet’ten bu yana, bazı kesimdeki kadının sosyal konumu değişti, ama her kadın için değişmedi. Sosyal sınıfları farklı kadınlar için, farklı gelişmeler oldu. Osmanlı zamanında kırdan yaşayan kadınla, şu an kırdan yaşayan kadın arasında pek fark yok. Sonuç olarak tarlada aynı işini sürdürüyor. Kaynakları kullanamamayı sürdürüyor, çünkü toplumsal düzen öyle kuruldu. Modernleşme projesi bir yandan çok iyi bir şey, ama eksik, sonuçları itibariyle çok eksik olduğunu da gördük” (Ç. B., 20 Aralık 2011).

Bu katılımcının Cumhuriyet ile birlikte andığı “modernleşme projesi”, Atatürk’ün çağdaş Batılı toplumlar seviyesini aşma -ki genellikle ulaşma şeklinde algı ve ifade buldu- idealinin bir etiketi olarak algılanabilir, ama “Batı” modernleşmesi ile Türkiye’nin modernleşmesi arasındaki fark, sosyal bilimciler arasında tartışılan önemli bir konu olagelmıştır. Göle, Türkiye’de bu farklılığı fark etmemiz adına bir medenileştirme sürecinin anlaşılması amacıyla Türkiye’de ve diğer Batılı olmayan toplumlarda, kendini sunma tarzından bahseder. “Batılı” denilen modernleşme tarzına dair yaklaşımın, cinsiyet ve cinsiyetler arası ilişkiler ve hatta mekânsal ayrımlara kadar kendine özgü moral ve estetik değerlerle bir dönüşüme maruz bırakma şeklini esas aldığını dile getirir. Göle’ye göre özellikle kadınların, bedensel ve kamusal alanlarda var olduklarını göstermek yoluyla zihinler ve bedenler üzerinden bir çalışma yürütülmüştür. Eşitlik ve toplumsal cinsiyet ilkelerinin, İslamcı bir toplumsal anlayışın önüne atıverilmiş olduğunu iddia eder (Göle, [1991] 2008:31-32). Benim alanda yaptığım görüşmeler ise -çoğunlukla kırsal kesime değil, kentsel bir yaşamın, “modernliğin” temsiliyeti içinde sunulan- kendi adına kadını ve konumunu değerlendiren bir yaklaşıma bağlı kalan ve çoğunluğu kadınlardan oluşan elitlerle gerçekleşmiştir. Görüştüğüm kişiler, eşitlik ve toplumsal cinsiyet konularına son derece eleştirel yaklaşmışlardır. Geleneksel toplumlarda kadına yapılan haksızlıkları eleştirdikleri gibi böylesi bir kültürel belirlenmişliğe hizmet edecek şekilde oluşturulduğunu iddia ettikleri hukuk sistemini de tartışmışlardır.

Görüşülenlerin çoğu kurumsal, özellikle de hukuk alanındaki gelişmelerde yavaşlamadan bahsetmiştir. Kadının toplumsal konumunun şekillenmesinde yasama, yürütme ve yargı organlarını değerlendirmek amacıyla hukuk alanında aktif olarak hem devlet, hem de akademik kurumlarda üst düzeyde görevler almış katılımcılardan biri, bu konuya önemle değinmiştir. Kadın hakları devriminin bel kemiği olarak Türk Medeni Kanunu’nu (2001), Türk toplumunun uygarlığa açılan kapısı olarak yorumlayan katılımcı da, töre cinayetinden bahseden bir önceki katılımcı yazar gibi, kadınların toplumsal konumunda bir “geriye gidiş” dönemi yaşandığını savunmuştur. Cumhuriyet’in ilanını takip eden dönemdeki hızın kesildiğini, kadın haklarında hukuksal düzenlemeden duyulan bir rehavet yaşandığını ve bunun sonuçlarının olumsuz olduğunu anlatmıştır. Bu bağlamda yasama, yürütme ve yargı organlarında önemli eksikliklerin olduğunu belirtmiş, ancak sorunların salt hukuksal düzenlemelerle giderilemeyeceğini de ifade etmiştir. Cumhuriyet devriminin kadına, insan olduğu bilincini aştığını, ancak yasal düzenlemelerin kültürel yaşama yansıyamadığını şu sözlerle açıklamaktadır:

“Avrupa Birliği Uyum Yasaları çerçevesinde geldiğimiz noktada hemen hemen birçok yasa değişti ve kadınlarla ilgili oldukça olumlu hükümler getirildi. Bunlar da düşünülebilir, ancak kadına karşı ayrımcılık hala devam ediyor. [Dünya Ekonomik Forumu 2010 Raporu’na göre] Kadın-erkek eşitliği konusunda 134 devlet içinde 126. sıradayız. Demek ki eşitliği hayata geçirememişiz” (B. D., 10 Temmuz 2011).

“Türkiye Cumhuriyeti’nde Kadın Kimliği” başlığı altında üçüncü bölüm içinde, kadın hakları mücadelesinde Cumhuriyet’i kuranların başarısı belirtilmekle birlikte, Cumhuriyet’in sunduğu yeni kadın imajına yönelik feminist eleştirilere de yer vermiştim. Türkiye’de, özellikle 1980 kuşağı feminist akımının öncüleri de Cumhuriyet’i, ataerkil yapıda olmasından dolayı irdelemiş, yeni kadın imajında geleneksel belirleyicilerin varlığına dikkat çekmişlerdi. Ecevit (2009), kadının toplumsal konumunu değersizleştiren ataerkil ideolojiyi eleştirdiği makalesinde, bunun somut örneğinin aile, evlilik ve cinselliğin düzenleniş biçiminde görülebileceğini dile getirir. Cinsiyet eşitsizliği ve kadının ikincil konumunun görülebildiği aile kurumunda erkek, “tâbi olunan”, kadın ise “tâbi olan”dır. Ecevit, kadının toplumsal statüsünün ve buna paralel olarak ailedeki statüsünün düşüklüğüne neden olan faktörlerin temelinde, maddi hayatın devamı için sürdürülen faaliyetlerde, kadın ve erkeğin işlevlerine atfedilen norm ve değerlerin yatmakta olduğunu belirtir. Bu bağlamda, Ecevit gibi bir katılımcı da, toplumun ataerkil yapısı nedeniyle baskı ile dayatılmış haneîçi/aileîçi yükümlülükleri üstlenen kadının, yeni, fakat ideal olana dönüşmemiş toplumsal cinsiyet kimliğini eleştirmiştir. Kadınların bütün haklarının

Cumhuriyet'in ilanından sonra onlara "gümüş tepside" sunuldu ezberinin, bir başka ifadeyle bugünkü kültürel donanımların, Butler misali performatif yapısından dolayı, hiç de doğru olmadığından söz eden bir katılımcı da, kadın kimliğinin ve hatta toplumsal cinsiyetin belirlenmesi adına süren mücadelenin her dönem devam ettiğini belirtmiştir. Özellikle kendisinin de içinde bulunduğu 1980 sonrası feminist hareketle birlikte, cinsiyet rolleri, erkeklik ve kadınlık kalıplarının sorgulandığını açıklamaktadır:

"Hem meslek sahibi olacaksın, mesleğini iyi yapacaksın, hem de evde dünyanın en iyi annesi, en iyi aşçısı olacaksın vs. Biz bunları sorguladık. (...) Kadın hakları mücadelesi hiçbir zaman olmuş bitmiş bir şey değildir. Sürekli yeniden kazanmak zorundasınız. Aslına bakarsan Goethe'nin ünlü bir sözü vardır ve hep onu hatırlarım: 'Özgürlük, her kuşak tarafından yeniden kazanılmak durumunda olan bir şeydir' der; gerçekten çok doğru"(G. C., 12 Temmuz 2011).

Türkiye'de kadının sürekli olarak siyasi/politik değişimlerin, devrimlerin ya da ekollerin göstergesi olarak kullanılmasından dolayı kadınların gerçek sorunlarıyla, ezilmeleriyle ve haklarının ihlal edilmesiyle ilgilenilmediğinden rahatsızlık duyduğunu açıklayan bir başka katılımcı, Cumhuriyet'in sunduğu kadın kimliğini, tepeden inme ve dayatmacı olduğu iddiasıyla eleştirmektedir. Katılımcı, Cumhuriyet'in kadınlara bir "eşitlik" fikri aşılama ile beraber, özgürleştirme iddiasını kadınları kırarak, eğerek ve bükerek gerçekleştirmeye çalıştığını, Cumhuriyet kurucularının belirlediği yeni kadın kimliğinin, dinine bağlı kadınları bilinçli bir şekilde dışarıda bıraktığını, yok saydığını ifade etmiştir. Aynı şekilde kendisini sağ görüşlü olarak tanımlayan bir diğer katılımcı da modernleşme projesinin II. Mahmut devrinde başladığını, II. Abdülhamit zamanında kız okulları ve meslek kurslarının açıldığını, bunların Cumhuriyet'in ilanı ile da hız kazandığını belirtmiştir. Bu bağlamda II. Mahmut ile II. Abdülhamit döneminde uygulanan modernleşme projelerinin yapısal olarak farkına değinmiştir. II. Mahmut ile başlayan süreci "iktibas" yöntemiyle uygulandığı için eleştirmiş, II. Abdülhamit dönemindeki sürecinse yerli imkânlarla üretilmeye çalışılan bir yöntem dinamiği üzerine oturduğunu belirtmiştir. Sonuç olarak Cumhuriyet'in ilanından günümüze sorunlu bir kadın kimliği görüldüğü iddiasını şu şekilde ifadelendirmektedir:

"(...) Cumhuriyet Dönemi'nden bugüne kadarki süreçte II. Mahmut tarzı iktibasçı, yani Batı'dan aynen alınarak, tepeden inme ve kanun zoruyla projelendirilen bir statüden söz ediyoruz. Bunun yerli imkânlar üzerinden üretilmiş bir kadın projesi olmaması sebebiyle halen kadın bedeni ve kimliği üzerinden ciddi bir gerilim yaşıyoruz" (Ş. F., 27 Aralık 2011).

Deniz Kandiyoti *Cariyeler, Bacılar, Yurttaşlar* (1997) adlı eserinde İkinci Meşrutiyet (1908) dönemiyle başlayan Türkçülük akımı ve daha sonra Ziya Gökalp'in etkisiyle Cumhuriyet dönemi feministlerinin, kadınların özgürleşmesini, Batı'dan alınan bir proje olmadığını, köklerinin Orta Asya'daki Türk kültürüne dayandığını göstermeye çalıştıklarını ifade eder. Bu feminist savı, İslamiyet öncesi Türk toplumlarının cinsiyet eşitliğine dayanmış olmasıyla açıklar. Ancak Kandiyoti, görünürdeki bu vurgu değişimine rağmen, İslamiyetçi ya da milliyetçi söylemlerin ortaklaşa işaret ettiği bir “kadın meselesi”ni, “*Nasıl tanımlanırsa tanımlansın, kadınların konum ve davranışlarını cemaatin ‘hakiki’ kimliğiyle uyumlu ve onu tehdit etmeyecek şekilde oluşturma yönünde bir telaş*” (Kandiyoti, [1997] 2007:147) şeklinde yorumlamaktadır.

Bu ortak görüşlerden farklı olarak katılımcıların beşi, ifadelerinin en başında açık bir şekilde kadının toplumsal konumunda gerilemeyle beraber bir ilerlemenin de var olduğunu dile getirmişlerdir. Bu ilerlemeyi kapalı da olsa kamusal alanda rahatlıkla hareket edebilen, meslek sahibi kadınların varlığıyla açıklayan sağ görüşlü bir katılımcı, Cumhuriyet öncesiyle, Cumhuriyet sonrası arasındaki farkı göstermek amacıyla dini nedenlerle evinden çıkamayan bir kadının, türbanlı bile olsa toplumsal yaşama, dahası üretime katılabildiğini açıklamıştır. Ne var ki çoğu gelişmeye rağmen bir başka görüşülen, kadınların toplumsal olarak ikinci sınıf bir vatandaş olarak görüldüğünü; yani toplumsal düzeyde bir cinsiyet eşitliğinin sağlanamadığını belirtmiştir. Bu görüşlerini şu sözleriyle desteklemiştir:

“Geçmişten bugüne kadının durumunda birçok değişiklikler olduğunu görüyoruz, (...) kadın, toplumda daha çok ikinci sınıf bir vatandaş konumunda. Dünyanın hemen hemen her yerinde, aynı işi yaptığı erkeklere göre eşit ücret alamaz” (N. Z., 13 Eylül 2011).

Katılımcıların görüşleriyle paralel olarak Bourdieu de kadının ikincil konumunun modern toplumlardaki izdüşümüne örnek olarak kadınların iş yaşamındaki hiyerarşik ilişkilerine değinmektedir. Bourdieu, eğitim ve ücretli işlerde çalışma olanakları artmış ve kadınlar kamusal alanlarda görünürlük kazanmış olsalar dahi bu “yeni” kadın kimliğinin sorunlu olduğunu vurgulamaktadır. Kadınların hala belirleyici olabilecekleri güç ve sorumluluk pozisyonlarından uzak mesleklerde çalıştığını, iş dünyasında elde ettiği konumların ya da mesleklerin değersizleştirilme eğiliminde olunmasını, üst düzey mevkilerde bulunsalar dahi kadınların bu başarılarının bedelini ev içi hayatlarında başarısızlıkla ödediklerini (evlenmeme, geç evlenme, boşanma, çocuklarla yaşanan

sorunlar vb.); kısacası kadınlar ve erkekler arasındaki hiyerarşik ilişkideki mesafenin varlığını sürdürmeye devam ettiğini açıklamaktadır. Bourdieu, kadınların yaşamsal konumunda görece değişimlere rağmen, erkeklerin hala kamusal alana ve iktidar alanına hükmetmesinin nedenini erkek ve kadın arasında yatan geleneksel cinsiyet rollerindeki ayrıma dayandırmaktadır (Bourdieu 2001; Aktaran Türk, 2010:22-23). Kadının toplumsal konumunda ilerici bir değişime görülmekle birlikte, bu sürecin devam etmediğini dile getiren bir katılımcı da, bu sorunu Bourdieu'nün değindiği geleneksel anlayışa bağlamaktadır:

“Muhakkak ki, tabii ki bir ilerleme var. İlerleme var, ama bazı örfler, adetler bu tür şeylerin aşamadığı yerler de, noktalar da var. Bir dönem bir çığır açıldı, başlatıldı ve bir süre insanlar buna uyum sağladı, ama sonra tekrar bir rahatlamayla kendi düzenlerine, şartlarına geri döndüler” (P. U., 19 Eylül 2011).

Görüşmeler boyunca bu ilerlemeci iyimser tablonun süregelmediğinden bahseden katılımcıların bir bölümü, buna neden olarak kapitalist tüketim ekonomisinin kurallarını göstermiştir. Bulgularda dikkat çeken en önemli nokta, katılımcıların tamamının tüketimin yarattığı kadın imajından rahatsızlık duyuyor olmasıdır. Kadınları “güzelleşme zorunluluğu”na iten ve tüketimi körüklemek için kadını hedef alan ataerkil ve kapitalist sistemleri tartışan ve sonunda kadının kendisini tükettiğini belirten katılımcıların sayısı oldukça fazladır.

Çalışma boyunca aynı zamanda ataerkilliğin tarihsel gelişimini kavramaya çalıştığım ve kadınları kişilik gelişiminden uzak tutan tüketim olgusunu tartıştığım bölümlerde güzellik, arzunun ve rekabetin nesnesi olarak belirmişti. Ataerkil sistemin ve kapitalizmin ortak stratejileri sonucu hızla metalaşan/nesneleşen kadın bedeninin, güzellik endüstrisinin sermayesi konumunda ve iktidar ilişkileriyle bağlantılı olduğu görülmüştü. Bu bağlamda güzelliğini sergilemesi adeta şart koşulan bazı kadınların hangi yollarla erotize edildiğini araştırmıştım. Bunun evrensel bir kadın sorunu olduğunu belirtenler arasında İtalya’da yaşayan iki katılımcının görüşleri oldukça önemlidir. Senenin belirli aylarında İtalya’da yaşayan ve kısa süreli dönemlerde Türkiye’ye gelen katılımcılardan her ikisi de, İtalya’da da kadının toplumsal konumunda bir gerileme yaşandığını belirtmiştir. Özellikle birinin sözleri durumun uç noktalarda olduğunu göstermektedir. Berlusconi döneminden sonra İtalyan kadınlarının medyada bedenlerini teşhir ettiğine, haber programlarında dahi çıplak kadın bedeni görüldüğüne değinen katılımcı, yaşananları kadınlara yapılan şiddetin başka bir türü olarak yorumlamaktadır. Kadınların birer tüketim

nesnesi olmasını, erkek bakışının uzantısı olan kadın imgesi ile açıklayan katılımcı, İtalya’da aktif olarak feminist eylemlere de katılmaktadır:

“İtalya’da kadının imajı dibe vurmuş durumda. İtalyan televizyonunu izleseniz ne halde olduğuna inanamazsınız. Haber programından belgesele kadar yalnızca obje olarak bulunan kadınlar var. Kadınlar o kadar çıplak ki, bir süre sonra fark etmiyorsunuz bile. Estetik ameliyatlar inanılmaz arttı, televizyonda gördüğüm bütün kadınlar aynı şeye dönüştü. Çok ciddi bir biçimde kadının üzerinde başka tür bir şiddet var. Örneğin kızlarını, karısını kapatan Pakistanlı Müslüman bir adamla tanıştık. Bir yerde ona hak verdim, yani ‘Açayım da böyle mi olsun?’ demişti. Batı’nın sana sunduğu kadın imajı da çok farklı değil. Aslında yapılan şey aynı, şiddet. Aynı adam açıyor, aynı adam kapıyor, aynı adam yarışma programlarında kadınların ağızlarına elmalar sokuyor, popolarını tokatlıyor. İtalya’da özellikle kadının ne hale geldiğini gösteren, dudaklarınızı uçuklatacak sahnelere tanık olabilirsiniz” (E. P. Ç. , 19 Mart 2011).

Katılımcılarla kadınların cinsel bir obje olarak sergilenmesinin yanında, kadının kişilik gelişimindeki birçok alanda erkeğe göre, geri bırakıldığını dile getirdikleri tüketim ekonomisinin kuralları ve bunun sonucunda oluşan sorunlu bir kadın kimliği konusunu da tartıştım. Kadına yönelik sorunun adı ne olursa olsun, katılımcılardan aldığım yanıtlar doğrultusunda kadın sorunlarının birbirine bağlı olduğu fikri filizlenmektedir. Bu oluşum doğal olarak kadınların cinsiyeti üzerine kurgulanmış rollerini ve evrensel düzeyde bir toplumsal cinsiyet hiyerarşisini düşünmeye zorunlu kılmaktadır. Margaret Mooney Marini de araştırma grubundan elde edilen görüşleri desteklercesine “*Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet: Ne Biliyoruz?*” (*Sex and Gender: What We Know?* - 1990) makalesinde, bütün toplumların cinsiyete dayalı bir işbölümü tarafından karakterize edildiğini ve evrensel cinsiyet ve toplumsal cinsiyet ilkelerinde farklılaşmış görevlerin çok az olduğunu belirtmiştir (Marini, 1990:103-104).

Başörtülü-başı açık, muhafazakâr-laik, Avrupalı ya da Türk olsun, her yerde veya farklı inanç ya da görüşe sahip gruplar arasında bir kadın sorunu belirebilmekle birlikte, sorunlara karşı düşüncelerini ifade eden birbirinden çok farklı görüşlere sahip katılımcıların tamamında kadın sorunlarına karşı ortak bir duyarlılık belirmiştir. Bir başka inanç sistemi içinde kadının konumunu değerlendiren bir katılımcı da, ülkemizde kadının yalnızca görünüşte ileride olduğunun açıklamış, büyükşehirler dışında kalan yerlerde, özellikle taşrada daha fazla olmak kaydıyla genele yayılan bir kadın sorunundan bahsetmiştir. Konuşmasının sonunda dile getirdiği Alevi inancına göre, kadının en yüksek konumda olduğunu ve kadın sorununa “insanı” temel alan bir yaklaşımla eğilmenin gerekliliğini vurgulamaktadır:

“ (...) Ben ‘Kızılbaş Aleviyim’. Benim felsefemde ve yaşam biçimimde ‘Hümanizm’in kübizmi var. (...) Kızılbaş Alevi’lerde ‘kadın sorunu’ göremezsiniz. Bu her Alevi’de böyledir anlamına gelmez, düşünce yapısını anlatmaya çalışıyorum. Sorunlar düşünce ve inanç dünyasındaki zıtların getirdiği durumlarda oluşuyor. Alevi-Sünni arasındaki ilişkilerde kadın sorunu başlar. Kadın, bizde erkekten öndedir, en yüksek değerdedir. Dedenin eşi ‘ana’dır ve aynı mertebelerdir. ‘Kadıncık-ana’ deriz. Cem yürütme meselesi vardır, mesela ‘dede’ olmadığında ‘ana’ yönetebilir. Sonuçta biz de ataerkil sistemden geçerek bugüne gelmişiz, tüm mesele kadınlar dede olmaza bağlanmamalı. (...) Alevi-Kızılbaş dünyasında kadın, baş tacıdır” (N. D., 04 Ocak 2012).

Sonuç olarak görüşmeye katılan katılımcıların tamamı, Cumhuriyet’in ilanıyla kadının eşit ve özgür bir birey olması açısından çığır açıcı nitelikte önemli kararlar alınmış olduğuna, ancak daha sonraki yıllarda bu hızın kesildiğine inanmaktadırlar. İslami ve feminist düşünceyi savunan katılımcılar, Cumhuriyet kurucularının, modernlik ve Batılaşma projeleri adı altında belirlediği “kadın kimliğini”ni cinsiyetçi kalıpları yineleyen bir zihniyetin ve dolayısıyla ataerkil ideolojinin ürünü olması sebebiyle problemli olarak değerlendirmiş, sonuçta “geriye gidiş” konusunda diğer görüşmecilerle birlikte temel görüşte uzlaşmışlardır. Gerek Cumhuriyet döneminde özerk bir kadın kimliğinin oluşamamasından, gerek İslamcılık ile medeniyetçilik arasında yaşanan çekişmeden dolayı, gerekse de son yıllarda muhafazakâr görüşün yükselen bir değer olmasının yarattığı gerilimden dolayı olsun, katılımcıların çoğu her iki durumda da geriye gidiş sürecinden endişe duyduklarını belirtmişlerdir.

5.1.1. İki Farklı Kadın Tipi Ortak Bir Sorun: “Tüketim Nesnesi Kadın”

Türkiye’de kadın denildiğinde genel bir kadın profil tanımlamak ve toplumsal cinsiyet rollerinin farklı bölgelerde yaşayan kadınlara göre bileşenlerini kavramlaştırmak zordur. Katılımcıların görüşleri dâhilinde şöyle bir soru belirmiştir: Sözü geçen kadın sorununda öncelikle hangi kadından bahsediyoruz?

Cumhuriyet’in ilanından sonra görülen toplumsal değişimin olumlu ya da olumsuz etkileri kentte, kasabada, kırsalda ya da gecekonduda yaşayan kadınlar için şüphesiz farklı düzeylerde gerçekleşmiştir. Bu farklı kadın kimliklerini ataerkil sistem içinde sorgulayan Kandiyoti ([1997] 2007), köyde olsun, kasabada her durumda kadınların konumunu belirleyen öğelerin “çocuk doğurma” ve “yaşlanma” olarak ayrıştığını açıklamaktadır. Kandiyoti, kadının üretimdeki katkısı nerdeyse yok sayılmakla birlikte, uzmanlaşmış

alanların ve yüksek ücretin erkeklerin tekelinde olduğunu hatırlatır. Kadınlar ne “üretim”, ne de “üreme” üzerine denetime sahip değillerdir, çünkü Kandiyoti’ye göre her iki koşulda da “ürün” atasoyuna aittir. Şimdilerde toprağa dayalı ataerkil sistem çözülüyor bile olsa, bu durum kadınlar üzerinde sadece özgürleştirici bir etki yaratma potansiyeline sahiptir; çünkü kadınlar “yok sayılan” aile içi konumundan, belirli bir özerkliğe sahip çalışan konumuna geçememektedirler. Geleneksel uğraşlarından kurtulup boş zamana sahip olan kırsal bölgelerdeki kadınlar, üretken bir kimlik yerine, gösterişçi tüketiciler olarak erkekler için bir prestij simgesine dönüşürken; Batılı kültürel kalıplara uygun üst ve orta sosyo-ekonomik sınıfta yer alan kentli kadınlar erkek ayrıcalıklarını sorgulamayan, aile işleyişinin geleneksel düzenini devam ettiren kadınlar olmaktadır (Kandiyoti, [1997] 2007:50-51).

Kadınların sosyal yaşamda geri bırakılmışlığı sorununa geleneksel toplumsal cinsiyet rolleriyle cevap arayan katılımcılar arasında on kişi de Kandiyoti’nin dile getirdiği gibi bölgesel, kültürel veya sınıfsal olarak değişen farklı kadın kimliğinden bahsetmişlerdir. Katılımcıların bir kısmı aynı düşünceden yola çıkarak öncelikle bu farklılıkları açıklamaya çalışmıştır. Yine katılımcıların görüşlerinden yola çıkarak, Türkiye’de iki farklı kadın tipi görüldüğü konusunda bir uzlaşma varılmış olması, bu farklı kadın kimliklerini iki gruba ayırarak incelemeye olanak tanımaktadır.

Özellikle kentte yaşayan ile Anadolu’da yaşayan kadınların farkına değinen katılımcılardan biri, ilerlemenin kentlerde bulunan, eğitim olanağı elde eden kadınlar için geçerli olduğunu belirtmiştir. Kentli kadının toplumsal konumunda görülen olumlu gelişmelerin Anadolu’da yaşayanlar için söz konusu olmadığını ayırmını yapmıştır. Feminist mücadele sayesinde, kentte yaşayan kadınların çok yol aldığını, örneğin pozitif ayrımcılık kavramının oldukça sık kullanıldığını gözlemlediğini ifade etmiştir. 1962 yılında bir kadın dergisinde, kadın sorunlarını incelediğini açıklayan bu katılımcı gibi, bir başka katılımcı da kentli kadınların haklarını kazanmasını, feminist mücadelenin çabasına bağlamaktadır. Ancak o da, Cumhuriyet’in ilanı ile birlikte görülen aydınlanmanın Doğu ve Güneydoğu’daki kadınlar için geçerli olmadığını ifade etmiştir. İlerlemenin kentli-kırsal ayırmı gibi bölgesel olmasının yanında, bir diğer faktör olarak sınıf kavramına atıfta bulunmuştur. Buna örnek olarak, bilinenin aksine, namus cinayetlerinde her evden kaçan kadının öldürülmediğine değinmiştir. Namus davalarında, yoksul olan ailelerin kızlarının öldürüldüğünü, varlıklı ailelerin kızlarının ev hapsine mahkûm edildiğini anlatmıştır. Sonuç olarak bu katılımcı, diğer katılımcıların anlatımını özetlercesine, birbiriyle tutarlı olmayan, sorunlu bir kadınlık durumu olduğunu yorumlamaktadır:

“Bu ülkede tek kadınlık yok, birçok kadınlık durumu var. Namus cinayetlerinde, biz burada zannediyoruz ki [diyelim ki] evden kaçan kadınlar namus cinayetine kurban giderler. Öyle olmaz. Şöyle olur. Yoksul kadın öldürülür, yoksul olmayan kadın evin içinde hapsedilir ve bir daha evin içinden çıkamaz. O, sınıfsal bir şeydir” (F. U., 06 Haziran 2011).

Bir başka katılımcı da sözlerine bu farklardan bahsederek başlamıştır. Katılımcı, birbiriyle çelişen, sorunlu bir kadınlık durumunun sanat okulunda okuyan öğrencileri de kapsadığını açıklamıştır. Kadınların çoğunlukta olduğuna ve cinsiyet eşitliğinin yaşandığına değindiği sanat akademisinde eğitim gören özgür bir bireyin dahi, sokağa çıktığında bu farkı hissedebileceğini söylemiştir. Caddenin diğer tarafında kadınları küçümseyen ve erkeğin üstün olduğunu kabul eden bir anlayışın hâkim olması sebebiyle, toplumdan kopuk yaşanmadığı gerçeğini belirtmiştir. Bu bağlamda üniversite mezunu, sözüm ona modern bir bireyin, toplumsal cinsiyet eşitsizliğiyle yaşamının bir kesitinde karşılaşabileceği gerçeğinin, psikolojik bir rahatsızlık yarattığına değinmiştir. Bunu aynı zamanda bir yandan ilerleme yaşanırken, diğer yandan da bir gerilemeye doğru gidildiğinin kanıtı olarak vermektedir. Bu ikircikli durumdan ötürü toplumsal olarak güvensiz ve huzursuz bir ortamdan bahsetmektedir:

“Bir taraftan ilerlerken, diğer taraftan ne kadar gerilediğimizi bilemiyorum. Bunların yaşandığını gören, duyan kendini özgür ve eşit hisseden kadınları da baskı altına alıyor demektir. Her zaman, her kadına belki bir gün eşi ya da sevgilisi, eşinin ailesi tarafından böyle bir töre baskısı uygulanabilir. Kadında ‘Ben, kiminle evlenmişim?’ diyebilir. Ne kadar okumuş, ne kadar modern olursa olsun psikolojik olarak bunu düşünüyorsa hala eşit olmamış demektir” (A. B., 20 Eylül 2011).

Müzik alanında çalışmalarda bulunan bir başka katılımcı da, Türkiye’de kadınların “türbanlı ve başı açık” şeklinde ikiye bölündüğü görüşünde bulunmuştur. Çağdaş yaşayan kadınlar dışında, farkında olarak ya da olmayarak dini nedenlerden dolayı başını örten kadınları eleştirmiştir. Görüşleri, Cumhuriyet rejimiyle birlikte süregelen iki farklı kadın modeli olduğu kanaatinde özetlenebilmektedir. Barış Kılıçbay ve Mutlu Binark bu ikiliğin doğurduğu gerilimin kaynağını, “Tüketim Kültürü, İslam ve Yaşam Stili Politikaları” (*Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle* - 2002) başlıklı makalesinde, Kemalist projenin homojen ulusal kültür ve kimlik yaratma sürecine dayandırır. Cumhuriyet’in kuruluşundan bu yana bu ideoloji çevresinde “diğerleri” temsili sorunu yaşanmaktadır. Makalede yer verdikleri İslam entelektüellerinin görüşlerine göre örtünmenin basit bir seçim olmadığını, Batı ya da İslam olarak bölünmüş bir kimliği işaret

ettiğini belirtmektedirler (Kılıçbay & Binark, 2002:497). Açıklamalarıyla bana bu bölünmeyi çağrıştıran bir katılımcı da, Cumhuriyet rejimiyle kadına bir kişilik verme mücadelesine girildiğini söylerken, günümüzde inanç değerleri bakımından bu ikiye bölünmüş kadın imajını anlamanın zorluğuna değinmektedir. Kadının toplumsal konumunda tehlikeli bir biçimde geriye gidildiğini göstermek amacıyla, 1930’larda Erzurum’da geçen bir belgeselden ve fotoğraflardan bahsetmiştir. Belgeselde izlediği kadınların başı açık ve mini etekli olduğuna ve bisiklete bindiğine değinmiştir. Ancak katılımcı, günümüzde yaşandığını dile getirdiği gerilemeyi analiz etmenin güçlüğüne değinmektedir:

“Şimdi Türkiye, ikiye bölünmüş. Aslında etnik olarak bakınca da bambaşka manzara çıkıyor da... Yaşam kültürü tarzı olarak, bir senin gibi çağdaş kadın imajı var, bir de başını örten, kâh dini inanç, kâh siyasi, kâh zorla ya da o da farkında değil, bir kadın imajı var. Ne felsefi olarak, ne estetik olarak hiçbir açıdan o kadının hapse tıklılmasını tasvip etmiyorum. Bu ülke sonuçta böyle bir devrimden geçti. Atatürk ilk yapan da değil. Atatürk öncesi de var. (...) Mesela ben bir belgeselde 1930’ların Erzurum’unu gördüm; kadınlar, mini etekli, bisiklete biniyorlar vs. Günümüzde yaşanan bu ötekileşme, ikiye bölünme durumu acaba bir karşı devrim mi, yoksa o devrin halk tarafından anlaşılmaması veya tutmaması, bir travma yaratması mı? Bilemiyorsun.” (G. Ş., 12 Eylül 2011).

Sağ görüşlü diğer bir katılımcı da, bir önceki sol görüşlü katılımcı gibi Türkiye’de “başı açık” ve “kapalı” olmak üzere iki farklı kadın kimliğinin varlığına değinmiştir. Günümüzde dindar kesimi temsil eden kadının söz sahibi olmasından dolayı kullandığı “olumlu bir gelişme” ifadesini, başörtülü kadınların kamusal alanda daha fazla görevler aldığından duyduğu memnuniyet ile dile getirmiştir. İslami konularda bilgi birikimine sahip bir kişi olarak tanınan katılımcı, dindar kesimde yaşanan bu gelişmenin yanında kadınların tüketim aracına indirgenen konumundan ise son derece rahatsızlık duyduğunu belirtmiştir. Kadınların metalaşma sürecinin geçmişe dayandığına ve yavaş geliştiğine, o zamanlar içinde bulunduğumuz iletişim çağında olduğu kadar göze batmadığına dikkat çekmiştir. 1980’li yıllarla birlikte bu sorunun daha da büyüdüğünü hatırlatan katılımcı, sözlerini bir anıyla örneklendirmektedir:

“60’lı yıllarda kadın belki tüketim objesi yapılmaya başlanmıştı, ama daha usturuplu yapıldı. Ben bu konuyu düşünmeye 83-84 yılında bir Tıp fuarında, üstü ceket ve kravatlı, altı mayolu kızları gördüğümde başladım. Kozmetik veya moda fuarı olsaydı başka. Bu kızların tavşan kız gibi gösterilmesini kadınlık onuruna yönelik bir tecavüz olarak saymıştım” (I. I., 26 Ocak 2012).

Türkiye’de kadının toplumsal konumunu araştırırken kentli-kırsal, başörtülü-örtüsüz, zengin-yoksul, Doğu-Batı gibi bölgesel, ekonomik ya da dinsel farklılıklar, konuyu anlamaya yardımcı olmakla beraber güçleştirmektedir. Bu bağlamda bütün ayrımların kaynağını kültürde arayan ve farklılıklara rağmen evrensel bir kadın sorunu olduğunu söyleyen katılımcıların görüşleri konuyu toparlayıcı niteliktedir. Bu ifadelerin birinde kadın sorununun kaynağını mülkiyet ve soy ilişkisine dayandıran bir katılımcı, günümüzde kadınların bir ticaret malı olarak görüldüğünü de dile getirmiştir. Anasoylu yapıdan ataerkil yapıya geçişi hatırlatmış, buradaki kırıma noktasının nedenlerini araştırmak gerektiğini belirtmiştir. Bu noktada dinler üzerine bir eleştiri getirmiş, neden hiç kadın peygamber olmadığını sorgulamıştır. Kadınların sorunları üzerine oldukça düşünen ve bu konuda kitaplar yazan katılımcı, Türkiye’de çok farklı kadın modeli olduğunu, her bir kadının yaşadığı sorunların yalnızca bir nedene bağlanamayacağını ifade etmektedir. Kadınları ticari bir nesne olarak gören anlayışın oluşumunda mülkiyet ilişkileri ve soyun öneminin ortaya çıktığı döneme atıfta bulunan katılımcıya göre muhafazakârlığın artması sonucu kadını ikinci sınıf sayan eğilimde de artış görülmektedir:

“Gelenekler, görenekler, feodalitenin hala sürdüğü bölgelerde kadına bakış, tabii çok daha korkunç. (...) Son yıllarda şiddetin arttığını görüyoruz. Muhafazakârlık arttıkça şiddet, kadını ikinci sınıf sayan eğilim de artıyor. Hem sınıfsal, hem kültürel birçok ayrım var. (...) Temelde kültürel bir kadın-erkek sorunu olduğunu kabul ediyorum, ama bu sadece Türkiye’de değil, yani dünyanın her tarafında...” (J. B., 18 Mayıs 2011).

İki farklı kadın tipi ne olursa olsun söz konusu kapitalizm olduğu için kadın sorununu tüketimle ilişkilendiren bir katılımcı da, kadını tükettiği ölçüde değerli kılan bu sistemi eleştirmektedir. Kendi ifadesiyle tüketim nesnesi olan kadın sorununa karşı şu yorumu getirmiştir:

“Genel olarak küresel kapitalizmin ürettiği eşitsizlikler, söz konusu kadın olunca katmerleniyor. Çünkü kadın, hem tüketim nesnesi, hem de tüketen kimliklerinin paradoksal bir şekilde iç içe kesiştiği bir kapana kısırılmış durumda. Bedeni dışındaki kimliği itibarsızlaştırılırken medyatik bir illüzyonla, itibar kazandırıldığı yaygarası koparılan aynı vücudunun metalaştığını, hem de incitilerek nesneleştirildiğini görüyoruz. Keza ev, anne, kız kardeş, kız evlat, komşu, kırsal, köy gibi kavramlar da değersizleştirme projeksiyonuna tâbi. Kadın özgürlüğü adı altında ancak çok ve popüler olanı tükettiği kadar kıymeti harbiyesi olan bir cins haline dönüştürülüyor kadın” (Ş. F., 27 Aralık 2011).

Araştırma grubunun görüşleri sonucunda Türk toplumunda tarihe, bölgeye, inançlara ve demografik özelliklere göre değişen birkaç kadın kimliği olduğu ve gelinen noktada özgür ve eşit haklara sahip tek bir kadından dahi bahsetmenin zor olduğu ortak görüşüne varılmıştır. Kentte yaşayan üniversite mezunu ya da meslek sahibi kadınların toplumsal cinsiyet eşitsizliğini bir şekilde yaşadığını ya da bir diğer kadının yaşadığını bilmesinin dâhi, kadınları özgür kılmadığı dile getirilmiştir. Katılımcılardan alınan görüşler ışığında, günümüzde hala toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanamamasından dolayı olumsuz bir tablo ortaya çıkmıştır. Cumhuriyet'in ilanını takip eden yıllarda, kadın devriminin istenen başarıya ulaşamamasının nedenleri ne olursa olsun, görüşmecilerin tamamı toplumsal olarak geride bırakılmış ve tüketim ekonomisinin kazanç nesnesine dönüşen bir kadın sorunu konusunda ortak bir kanıya varmıştır.

5.2. “Güzellik” Nedir?

Klasik teoride bir harmoni olarak güzelliği tanımlama çabası “çeşitlilik içinde birlik” (*unity-in-variety*) prensibine bağlanır. Oldukça eski, fakat hala tartışılan bir çalışmaya sahip olan Jared S. Moore’a göre (1942-1943) güzelliğe dair başı çeken teoriler iki temel sınıflandırmayla ortaya konulurlar: 1) deneysel ya da sübjektif teoriler; güzelliği güzelliğe dair deneyimlerle tanımlayan teoriler, 2) rasyonalist ya da objektif teoriler; güzelliği bir kaliteye bağlı olarak algılama deneyimlerine ilişkin kurulan teoriler. Moore, bu teorileri estetik tartışmalarının da en kıymetli dayanakları olarak açıklar ve her estetik nesnenin ya da güzel ya da çirkin olarak yargılanan nesnenin, iki farklı bakış açısından ifade edilebileceğine yer verir: 1) Bir biçim olarak; renk, şekil, ton gibi. 2) Duygular, fikirler ve imajların anlam ve vurguları olarak. Her ne kadar “biçim”e neredeyse evrensel önem verilse de, duyguların, vurgulamanın, kaynakların ve fikirlerin güzellik algısında önemli diğer faktörler olarak kayda alınmasını belirtir. Sosyal bilimci, bu noktada “harmoni”yi, tam da bu vurguların ortalaması olarak tanımlar, fakat aynı zamanda güzelliğin bir ideal değeri olduğunu ve gerçek bir teorinin, bir güzel nesnenin dış karakteristiklerine genel bir tanımlama getirmek yerine, “güzellik idea”sını tanımlaması gerektiğine vurgu yapar (Moore, 1942-1943:41-42). Oysa günümüzde güzellik, sadece fiziki/bedensel özelliklerle değerlendirilen bir olgu olarak algılanmakta, bir harmoni anlayışından uzak değerlendirilmektedir.

Harmoni anlayışından uzaklaşan güzellik olgusunun, çalışma kapsamında yapılan görüşmeler ve alan deneyimlerinden yola çıkarak, tarihsel dönüşümlere ve iktidar ilişkilerine bağlı olarak kültürlerin etkisi altında şekillendiği belirmektedir. Kapitalist

tüketim ekonomisinin çıkarlarına uygun kurgulanan güzellik anlayışı, bizzat güzellik endüstrisinin beklentilerine göre şekillenmekte, bu anlayış da güzelliğe dair bir harmoni tartışmasından çok keskin hatlarla tanımlanmış, yapay bir güzellik idealine hizmet etmektedir. Tarihsel felsefeye ve sanata konu olan ve harmoniye çok yaklaşan güzellik anlayışı, zaman içerisinde derin anlamını kaybetmiş, sınırlandırıcı-tanımlayıcı bir perspektife dayanır olmuştur.

Althusser'in devletin ideolojik aygıtlarını temsil eden kurumlar aracılığıyla imgelere ve kavramlara dayalı bir egemen ideolojinin empoze edilmesi (Swingewood, [1991] 1998:360) kuramında olduğu gibi, insanlar kapitalist iktidarın aygıtlarından biri olan kitle iletişim araçları aracılığıyla her gün güzellik endüstrisinin belirlediği zayıf (36 beden), uzun boylu, uzun bacaklı, kalın dudaklı, yanık tenli, dolgun kirpikli, uzun, gür ve bakımlı saçlı kadınların bulunduğu ilan, afiş, görüntü ya da reklâmlarla karşılaşmakta ve bu ideolojiyi içselleştirmektedirler. Bir harmoninin hayale dönüştüğü ideal güzelliği yaratan, destekleyen veya yayan her bir endüstri ve mecra, kadın bedeninin metalaşmasında etkin bir rol oynamaktadır.

Daniel S. Hamermesh ve Jeff E. Biddle'nin "Güzellik ve İşgücü Piyasası" (*Beauty and Labor Market* - 1994) ortak çalışmasında, bu rollerin kültürelliğine atıfta bulunarak, "*Bir kültür içinde belli bir zamanda, güzelliğin standartlarına dair bir genel anlaşma vardır ve bu standartlar çok yavaş değişirler*" (Hamermesh & Biddle, 1994:1175) şeklinde bir ifade getirirler. Çalışmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesinde değindiğim ataerkil kapitalist sisteme uygun olarak, erkekler için çekici hale getirilen, bir anlamda güzellik standartlarına ulaştırılan kadınlar için bu "dayatma güzellik" anlayışının, kadınları tüketen ve tüketilen bir nesne konumuna indirgediğini bir kez daha vurgulamalıyım. Bu dayatılan güzellik anlayışı karşısında kendi konumlarını netleştirmek amacıyla katılımcılara, güzellik kavramıyla ilgili genel tanımlayıcı ve çağrışımsal sorular olan "*Güzellik kavramına ilişkin düşünceleriniz nelerdir?*", *Kadın güzelliği size neyi çağrıştırıyor?*" sorularını yönelttim. Bu konuda katılımcılar, "*fiziksel özelliklerin, akıl ve kişilik değerlerinden oluşan bütüncül bir güzellik*" (*holistic beauty*) anlayışında hemfikirdirler, bu da onların zihinlerinde yer alan güzelliğe dair bir idealin "harmoni"ye ne kadar yakın olduğunu göstermekte, ancak pratikte bu harmoniden ne kadar uzak bir sosyal anlayış ve bir "*habitus*"un kurulumuna maruz kaldıklarını düşündürmektedir.

Platon'un ilk olarak gündeme getirdiği “*Güzel nedir?*” sorusu, güzellik “*Ona bakanın gözündedir*”⁸³ deyişiyle yanıtlanabilir mi? Katılımcılar arasında olduğu gibi Daniel S. Hamermesh ve Jeff E. Biddle (1994) de “*Güzellik objede değil, bakan gözdedir*” sözüyle ilgilenirken, onlar bu bakışın şekillenişini tamamen bağlamsal olarak değerlendirirler. Başkalarının size nasıl baktığı, hangi standartlarla güzel olduğunuz, ortalama, ortalamanın üstünde ya da altında olmak tüm bunları aynı zamanda iş gücü piyasası, bir anlamda kapitalist öğeler açısından tanımlamaktadırlar. Harmonisiz güzelliğin kaynağı olarak öne sürdükleri işgücü piyasası ilkelerinin sunduğu “güzellik getirisi”⁸⁴’nin - ki güzellik endüstrisinin ürünleri olarak yansılar- bireylerin kazançlarını, kariyer fırsatlarını, eş bulma çabalarını kısaca yaşam tarzlarını etkilediğine değinirler (Hamermesh & Biddle, 1994:1176). “Bir Amerikan örneği olarak “Sarışın ve Mavi Gözlülük mü?” (*Blonde and Blue-Eyed? The Globalization of the Beauty Industry 1945-1980 - 2008*), sorusunu soran Geoffrey Jones, bu etkiye dair örnek sunar. Bu etkinin güzellik endüstrisinden doğru bir küreselleşme teşviki yarattığını belirtir. Büyük reklam kampanyaları ile sağlık/bilim ve estetik/güzellik arenalarında, kültürel ve sosyal normlarla da şekillendirilen ve derinlere işleyen bir güzellik anlayışının sunulmaya çabalandığını iddia eder. Bireylerin kendilerini ve başkalarını nasıl algıladıklarını, sunulan karakteristiklerin etkisi altında yeniden şekillenmekte ve yaygınlaşmakta olduğunu dile getirir (Jones, 2008:4).

Güzellik algısını tanımlamaya çalışan katılımcılar da, özellikle güzelliğin tanımlanmış sosyal ve kültürel normlar ile işgücü piyasasının ruhu arasında bir senteze bağlı kurgulanan karakteristiklerini doğru tespit edilmesine dair ifadelerde bulunmuşlardır. Bunların arasında felsefe alanında çalışmalarda bulunmuş bir katılımcı, “*Güzel nedir?*” sorusuna açık bir tanım getirmenin güçlüğüne belirtmiş, o da güzelliği “*Güzellik objede değil, bakan gözdedir*” deyişiyle açıklamaya çalışmıştır. Diğer katılımcılarla benzer nitelikte fiziksel güzellikten mi, tinsel güzellikten mi, düşünce güzelliğinden mi, ahlaki güzellikten mi, yoksa magazinsel güzellikten mi söz ettiğimizi ya da bir sentezden veyahut harmoniden mi bahsettiğimizi ayırmanın önemini vurgulamıştır. Dolayısıyla bunların hepsini ayrı birer siper olarak yorumlayan katılımcı, bazen bu siperlerin hepsinin bir insanda sentez şeklinde karşımıza çıkabileceğini düşünmektedir. Diğer katılımcılarda olduğu gibi bu katılımcı da piyasanın kabul ettiği güzellik anlayışının, talep ve

⁸³ *Beauty is in the eye of the beholder* (anonim).

⁸⁴ *Beauty premium*

karakteristiklerini eleştirmiş, böylesi bir kapitalist planda “güzelliğin objesi” olması sebebiyle -etik değerler dikkate alınmaksızın- kadının “değersizleştirildiğine” değinmiştir. Bu noktada kasıtlı olarak etik ile estetik kavramlarının birbirlerini tamamlayıcı olabileceğine dikkat çeken katılımcı, bu yaklaşıma dayalı kendi güzellik kurgusunu şu şekilde aktarmaktadır:

Güzel ve güzellik objede değil, bakan gözdedir”. Çok, çok güzel değil mi? Sizin bakışınız bir yerde onu belirliyor, tabii güzelin türlerini ayırmak lazım. Fiziksel güzellikten mi, tinsel güzellikten mi, düşünce güzelliğinden mi, hangisinde söz ediyorsunuz? Bunların hepsi ayrı bir siper. Bu siperlerin hepsinin bazen bir insanda sentez şeklinde karşımıza çıktığını görebiliyoruz. Güzellik, akıl kadar önemli, ama tanımını yapmak mümkün mü? Ben bu kadar yıl estetik üzerinde çalıştım, ben de tanımını tam olarak yapabileceğimi sanmıyorum (...) Şimdi bir de piyasanın kabul ettiği güzellik anlayışı var ki, onun biraz problematik olduğunu düşünüyorum. Ben bu tavrı, kadının değerini indirgeme eğilimi olarak yargılıyorum. Çünkü kadının kendisi başlı başına bir değer, bir birey, bir süje, bir objenin destekçisi, aracısı olarak kullanılması hoş değil, etik değil. Burada etik ile estetiği de bağdaştırmak gerekir” (O. B., 08 Temmuz 2011).

Benzer görüşlere katkıda bulunan bir diğer katılımcı, güzelliğin tanımını yaparken tamamen bireysel olduğu sanılanın aksine, güzelliğin, kültürel bir öğreti olarak belirlediğinin altını çizmektedir. Güzellik anlayışını aktarırken iki farklı zaman kesitini karşılaştırmış, kendi yaşam deneyimlerinin, çocukluk anılarının, çocukluğunda ona anlatılanların ya da gösterilenlerin onda yarattığı güzellik anlayışıyla, bugünkü arasında çok fark olduğunu dile getirmiştir. Bu bağlamda katılımcının ifadeleriyle, Lori Baker-Sperry ve Liz Grauerholz’un birlikte analiz ettiği çocuk masallarındaki, “dişi güzellik”⁸⁵e dair vurguların yaygınlığı hakkındaki görüşleri örtüşmektedir. Onlara göre, dişi güzellik ideali, kadının fiziksel çekiciliğini ön plana alan bir nosyon olarak, sosyal bağlamda kurgulanmış ve her kadın ona sahip olmak ve onu korumak ile yükümlendirilmiştir. Böylesi bir güzellik ideali, ataerkil söylemin kurgusudur; belirleyicidir, baskıcıdır, değer düşürücüdür, kadına hükmedendir. Kadınlar da bu kurgudan doğru “güzellik ritüelleri”nin gönüllü birer kabullenicileridirler. Çocukluk masalları tam da bu yönlü kurgulanan bir toplumsal cinsiyete hizmet eder şekilde kadını “güzel”, “narin”, “kırılgan”, “pasif” bir halde sunarlar ve böylece egemen toplumsal cinsiyet anlayışına ve sisteme hizmet ederler (Baker-Sperry & Grauerholz, 2003:711-712). Katılımcı da, çocukluğunda güzellik anlayışını iyilik ile özdeşleştirirken,

⁸⁵ *Feminine beauty*

bugün tamamen kendi benimsediği ölçülerden farklı bir güzellik anlayışına sahip olduğunu dile getirmektedir. Bu bağlamda güzellik yargısında toplumun insanlar üzerindeki etkisinden dolayı ideal güzellik anlayışını, sonradan öğrenilen bir olgu olarak değerlendirmektedir. Bu düşüncelerini şu sözlerle açıklamaktadır:

“Çocukluğumda çevremdeki ve kendi ailemdeki insanlara, kadınlara, kızlara baktığımda, kimler bana sempatik ve sevimli geliyorsa ben onları güzel buluyordum. O zamanki güzellik ölçütüm ‘iyi’ olarak beğendiğim insanlarmış. Oysa bugünkü güzellik ölçülerine göre, yani bizim kanıksadığımız ölçülere göre güzel değiller. ‘İdeal güzellik’ görece, sonradan öğrenilen bir şey” (A. B., 20 Eylül 2011).

Güzelliği felsefî anlamda değerlendirirken, “iyilik” kavramıyla özdeşleştiren bir başka katılımcı daha olmuştur. Ancak o, Allah’ın “Cemal” sıfatının tüm evrende yer bulduğu bir anlayışla güzelliği tanımlamıştır. Ona göre güzellik, ontolojik bir başlangıç, yaratım sanatının özünde olan bir armonidir. Kadın güzelliğini ise iyilik kavramıyla birlikte değerlendirmektedir. Katılımcıya göre, güzellik ile estetik birbirinden oldukça farklı kavramlardır. Estetiğin politik bir kurgu olduğunu, güzellik anlayışının medyanın ve uzman kişilerin hakemliğinde belirlendiğini açıklamaktadır. Oysa güzellik ona göre bir yaratıcıya atfedilen değer olarak nitelendirilmektedir. Estetik ve güzellik arasındaki farkı anlatmak amacıyla Meryem Ana figürünü örnek olarak gösteren katılımcı, bir estetikçinin bakış açısından değerlendirildiğinde, Meryem Ana figürü ideal kilo veya görünüşte olmayan bir dişi olarak yorumlanabilirken, aslında Meryem Ana’yı güzel kılan değerın annelik kavramı olduğuna değinmektedir. Meryem Ana güzeldir, çünkü ontolojik anlamda Tanrı’nın onda tecelli ettiği tüm değerlere sahiptir. Fedakârlık, adanmışlık, iyilik, merhamet gibi ahlaki değerlerinden ötürü güzeldir:

“Kadın güzelliği bende iyilik kavramını çağrıştırıyor. Estetik başka bir şey! Bir proje! Medyası var, hakemleri var, estetlerin çizelgesi var. Oldukça politik bir şey estetik. (...) Evladına sarılmış bir anne resmi, dünyanın her yanında güzeldir. Meryem Ana figürlerini veya ‘*pieta*’ modellerini düşünün. Çoğunda Meryem Ana, estetik olarak çizilmediği halde bile güzeldir. Niçin? Çünkü burada onu güzel kılan şey, anne oluşudur, merhametidir, adanışdır, fedakârlığıdır. Buradan başlayarak, güzellikten yola çıkıp iyilik hakkında konuşmaya başlarız. Oysa aynı ‘güzel Meryem’, bir estetikçinin gözünde, yaşı geçkin, kederden gözlerinin altı kırışmış, ideal kiloda ve uygun giyside olmayan yeterince dişi bulunmayacak bir kadındır...” (Ş. F., 27 Aralık 2011).

Günümüzde güzelliği algılayış biçimimizdeki bozukluğu, bir anlamda harmoni kavramından uzak bir anlayışa sahip olduğumuza dayandıran bir başka katılımcı bunun

nedenini güzelliğin tensel ve tinsel olarak ikiye bölünmüşlüğüyle açıklamaktadır. Bu bölünmenin cinsiyet eşitsizliği yarattığını ve “cinsiyet hiyerarşisi” barındırdığını ilave etmiştir. Güzelliği hem manevi, hem de fiziki özelliğiyle bir bütün ya da bütüncül (*holistic beauty*) olarak tanımlayan katılımcıyla göre fiziksel yanın öneminin yabana atılmaması gerekmektedir. Çünkü insan, beden ve ruh olarak bir bütündür. Katılımcı ayrıca hem Batı, hem de Hristiyan geleneği ve felsefesinde “beden”in bütün kötülüklerin kaynağı olarak tanımlanması sebebiyle kadınlarla özdeşleştirildiğini de hatırlatmaktadır. Bu bağlamda kadının ‘beden’, erkeğin ise ‘kültür’ olarak sembolleştirilip, hiyerarşik ikilikte karşılaştırılmasını eleştirmektedir. Kültürün, doğaya egemen olması sebebiyle erkeklerin, kadınlar üzerinde egemenlik kurması gerektiği gerekçesinin feminist bakış açısında yeri olamayacağını bir kez daha dile getirmiştir. Erkeğin akıl ve medeniyeti, kadının da bedeni ve doğayı temsil edişini, kadının değersizleştirme hareketinin bir parçası olarak değerlendirmektedir:

“(…) bugünkü ıstırabımızın da kaynağı insanın beden ve ruh olarak ikiye bölünmesi ve bunların karşılaştırılmasıyla ortaya çıkıyor. Üstelik bu bölünmüşlük aynı zamanda bir cinsiyet hiyerarşisi de barındırıyor. Çünkü beden hem Batı, Hristiyan geleneği ve felsefesinde, hem de diğerlerinde bastırılan ve hoşlanılmayan, kötü olan, madde ile özdeşleştirilen bir şey. Aynı zamanda bedeni parekselans temsil eden de kadındır. Beden denilince akla yekten kadın gelir, çünkü ben-ruh ikilemi aynı zamanda özne-nesne ikilisine tekâmül eden bir şeydir. Dolayısıyla nesne kadındır, özne erkek. Erkek, akılla, uygarlıkla ve kültür yaratmakla özdeşleştirilir. Kadınsa, beden, madde, doğa ve duygularla özdeşleştirilir ve nesneleştirilir ve aslında bu tersine çevirme hareketinin çok önemli bir parçasıdır” (G. C., 12. Temmuz 2011).

Cinsel farklılıkların dil ve beden üzerinden erkek öznenin hiyerarşik üstünlüğünü anlatan doğa-kültür ikilemine, Sherry Ortner’ın ([1996] 2004) yaklaşımına “Toplumsal Cinsiyet Söylemi” alt başlığı altında üçüncü bölümde yer vermiştim. Hemen her kültürde kadını değersiz kılan ortak düşünceyi doğa-kadın özdeşleşliğine dayandırmasından dolayı Ortner, kadınların ikincilliğinin evrensel olduğunu açıklar. Ortner’ın bunun neden(ler)inin kültürel ideolojiler içinde aranması gerektiği vurgusunda olduğu gibi aynı katılımcı, inanç sistemlerine bağıntılı güzellik idealine örnek olarak Latin Amerika Kültürü’nde kadına verilen değeri göstermiştir. Burada kadının aşağılanması öte, kadına verilen ikiyüzlü bir değer anlayışı söz konusu olduğunu yorumlayan katılımcı, Latin Amerika’daki Meryem Ana inancına göre “lanetli Havva” ile “bakire (kutsal) Meryem” aynı levhanın iki yüzüdür. Ancak dinin kadınlara yakıştırdığı “insan ıstırabının kaynağı, baştan çıkarıcı, lanetli

Havva” imgesinin ve rolünün değiştirilebilmesi için dinsel dogmalar sorgulanmış olsa da, var olan ataerkil paradigmayı değiştirmediği yorumlanmaktadır (Berkday, 2004:3). Katılımcı, kadının hem “beden” olarak aşağılanmasını, hem de Venüs formlarıyla güzelliğinin yüceltilmesini, Din tarihçisi Mikaya Aliyade’nin sözüyle şu şekilde yorumlamaktadır:

“Din tarihçisi Mikaya Aliyade ‘*Nerede bir şey yceltiliyorsa orada bir tahakküm gizlidir*’ der. Dolayısıyla kadın bedeninin, güzelliğinin yüceltilmesi de, sunağa çıkarılmasının öteki yüzü de onun aşağılanmasıdır. Mesela Latin Amerika kültürlerinde, kadın bir yandan Meryem Ana olarak yüceltilir, diğer yandan Havva olarak lanetlenir. ‘Lanetli Havva’ ile ‘Bakire Meryem’ aynı levhanın iki yüzüdür” (G. C., 12. Temmuz 2011).

Güzellik anlayışının neden bütüncül kavrayışından ya da harmoniden uzaklaştığının açıklayan görüşlerin ardından, “*Güzel nedir?*” sorusuna bir estetik cerrahdan farklı bir yorum gelmiştir. Güzelliği, çalışmanın ikinci bölümünde yer verdiğim oran kuramları ile değerlendiren katılımcıya göre “güzellik”, “ekicilik” ve “irkinlik” gibi kavramlar yanlış kullanılmaktadır. Bu bağlamda güzelliğin matematiksel ölçülerle değişmez kuralları bulunmaktadır. Ancak Batı normlarının kabul edildiği, evrensel bir güzellik anlayışı olmakla birlikte, bunun “Doğu’daki kadınlar güzel değil” şeklinde anlaşılmaması gerektiğinin de altını çizmektedir. Batı’nın güzellik ölçülerine uygun olan bir kadının, yani yüzü dört eşit parçaya blneabilen, kaşı, gözü ya dudağı bu ölçülere uygun olan bir kadının genel olarak güzel kabul edildiğini açıklamaktadır. Bu oranlardaki sapmaların kadını güzellikten uzaklaştırdığının dile getiren katılımcı, “altın oran” kavramını, mükemmel güzelliğin ls olarak ifadelendirmektedir. Çünkü bu oranın, doğada da bulunduğunu ve insan beyninin otomatik olarak bu algıyı seçtiğini açıklar. Bir kadının yüz ve bedenindeki altın ölçüler ne kadar çoksa ideale yakın oranda bir güzelliğe sahip olduğunu belirten estetik cerraha göre, “irkin” ise “güzel olmayan” anlamına gelmemekte, aksine estetik bir değer taşımaktadır. İyilik, zekâ, beden dili, eğitim, davranış tarzı, ses tonu gibi pek çok özelliği ve kişilik değerlerini “ekicilik” kavramı altında değerlendiren katılımcı, estetik cerrahinin bugün geldiği noktayı şu yönde değerlendirmektedir:

“‘Altın oran’ olunca baş döndüren bir güzellik ortaya çıkıyor. ekicilikte matematik yoktur. Enerji, duygu ve zekâ vardır. Zekâyı konuşurken hissedersiniz, değil mi? Başka boyutlar vardır. Koku vardır, tavırlar vardır. Güzel olan bir kadın çekici olabilir, ama çirkin bir kadın da, çekici olabilir. Yaşlı da çekici olabilir. Ama bu matematik dışı bir kavram. Günlük hayatımızda ‘ne kadar karizmatik’ deriz, ama yanlış kullanırız. O aslında ‘ne kadar çekici’ demek isteriz. ‘Ne kadar estetik’

demek de yanlış, çünkü güzel demek isteriz. Bazen çirkin de, mizah da estetikdir. Çöplerle ilgili bir tablo, çirkindir, ama estetik olabilir. Biz kavramları yanlış kullandığımız için kafamız karışıyor. Eğitim ve kültürle değerler kısmen değişebilir, ama Batılı güzellik anlayışı daha dominant.(...) Estetik cerrahinin günümüzde vardığı noktada bedeni değiştirmek kolaylaştı. Bu belirli ölçüde olursa sağlıklı, çünkü bedeni ihmal ederek ruhsal zenginlik olmuyor. Güzel, diri bir bedende ruh ve akıl sağlığı daha iyi korunuyor. Bedeni geliştirmek, korumak çağdaş insanın sorumluluğu oldu. Artık herkes genç kalmak, güzel olmak, daha gelişme çabası içinde” (B. L., 20 Temmuz 2011).

Katılımcının düşüncelerini doğru anlamak amacıyla, kendisine, *“Düşüncelerinize saygı duyuyorum, ama ben o bedensel ölçülere çok yakın bir çevrede bulundum. Bizler taçlandırılmış bedenleriz, ama bunun da mutluluk getirmediğini söylemek istiyorum. Her şey sizin söylediğiniz gibi olsaydı, bizler çok mutlu olurduk. Belki de bahsettiğiniz ölçülerde doğduğumuz için önemsemiyoruz, ama bunun yeterli olmadığını eklemek istiyorum”* sözlerini yönelttim. Bu noktada katılımcı da yine bir önceki katılımcının “tinsel” ve “tensel” olarak yorumladığı ayrımdaymış gibi, mutluluk için “beden” ve “ruh” birlikteliğinin önemini vurgulamaktadır:

“Ben, beden her şeyin ilacı ve tek başına çözüm, demek istemiyorum. Bedeni dışlayarak da ruhsal zenginlik ya da huzur olmuyor. Günümüzde beden, ruh kadar önemli” (B. L., 20 Temmuz 2011).

Bu cevabın üzerine yine katılımcıya *“Peki kadınlar bedene takıntılı olduğu ve beden algısı da bozulduğu sürece kişiliklerini nasıl geliştirecekler?”* sorusunu yönelttim. O da, bedene bakmak gerektiği gibi, sadece bedensel güzelleşmenin yeterli olmadığını, çekicilik kavramının öneminin farkına varılması gerektiğini belirtmiştir. Bu bir anlamda güzelliğin “harmoni”ye dayalı bütüncül bir kavrayışla değerlendiren anlayışa tekabül etmektedir. Katılımcı, sözlerinin sonunda beden ve ruhun (kişiliğin) birlikte gelişiminden yana verdiği cevapla, ortak sesteki bütünlük bozulmamıştır:

“Bir süre sonra tıkanacaklar ve sadece güzellikle bir yere varılmadığını anlayacaklardır. Çekiciliğin de olduğunu, çekiciliğin içinde zihinsel güzelliğin olduğunu anlayacaklardır. Çekiciliğin, feminen enerji, doğru jest ve mimikler, konuşma, ses tonu gibi farklı boyutları var. Ayrıca çekicilikte toplumsal, sosyal çok zenginlik var. Kadınlar bunu fark ettikleri zaman kendilerini geliştirmek, okumak, güzel konuşmak, enerjilerini arttırmak falan isteyecekler” (B. L., 20 Temmuz 2011).

Güzellik, çirkinlik, çekicilik/cazibe, karizma gibi kavramları kendi perspektifinden tanımlayan bu katılımcının ardından, güzelliği “çirkinlik” kavramı ile birlikte açıklamaya

çalışan iki katılımcı daha olmuştur. Kişilik güzelliğinin, fiziksel güzelliğin önünde olduğuna değinen iki katılımcı da, kişilik özelliğinin önemini vurgulamıştır. Buraya kadar elde edilen bulgulara göre “kişilik”, güzellik kavramının içinde değerlendirilmiş, güzelliğin karşısında güzel olmayan belirmiş, “çirkinlik” de estetik bir değer olarak tanımlanmıştır. “Çirkinlik” kavramına değinen görüşlerine ek olarak bir başka katılımcı da çekicilik ve güzellik kavramlarını birbirinden ayırmakta, ancak oranlara bağlı güzellik anlayışını ret etmektedir. Çirkinlik olmasa güzelliğin de tanımlanamayacağını açıklayan bir başka katılımcı da, çirkinliğin estetik bir değer olduğunu yinelemektedir. Çekiciliğin fiziksel oranlardan ayrı bir büyüğü olduğuna değinen katılımcı, bir kadını güzel kılan asıl öğenin çekicilik olduğunu düşünmektedir:

“Güzel kadına doğru gelirsek bir sürü çirkin kadını güzelleştiren öğeler var. Hoşa gitmeyen balerin bir kız, dans ederken o kadar güzel olabiliyordur ki... Keman çalan bir kız şuraya otursa, belki yüzüne bakmazsın. Kemanını çalarken gerçekten etkileyicidir, bir erkek için. Güzelliğin, güzelleşmesi durumu var, o çok rölatif, gidip gelen bir metronom gibi, onun ortası yok. Güzel, matematiksel olarak ispat mı? Bana sorarsan, hiç öyle değil. (...) Erkek için çekicilik, güzelliğin nerdeyse önünden giden bir şey. Buraya, kilolu bir kadın otursun, seksi olsun, çok daha ilgi çekebilir. Burada sayılar yok” (E. Ş.,12 Eylül, 2011).

Çalışmanın bu bölümünde “*Güzel nedir?*” sorusunu, “güzellik kraliçeleri”ne ve kraliçelerle çalışan bir koreografa da sordum. Fiziksel güzelliğe takıntılı olduğu düşünülen profesyonel güzeller, aksine, güzelliğin bütünsel anlamını; yani harmoniye dayalı bütüncül bir güzellik anlayışını savunmuşlardır. Belirli bir güzellik standardı aranan yarışmalarda kraliçe seçen ve seçilen katılımcıların güzellik anlayışı ortak görüşle paralellik göstermiştir. Kişilik, akıl ve fiziki özelliklerin dengeli bir bütün olarak bir kadında buluşması gerektiğini şart koşan eski bir dünya kraliçesine yönelttiğim, “Onlarca rakibi arasında hangi özelliğinden dolayı güzel seçildiği” sorusuna, aldığı üniversite eğitiminden dolayı avantajlı konuma geçtiği cevabı gelmiştir. Belli ki onun güzellik harmonisi aldığı eğitim ile sentezlenmiştir. Katılımcı, güzellik kadar güzelliğin sunumunun da önemli olduğunu vurgulamaktadır:

“Hayatta her şey pazarlama. Elindeki paketin ne kadar güzel olduğu yetmez, sen o paketi nasıl sunuyorsun? Kendini ifade etmek de bir pazarlama tekniği. Bir iki gün sonra etrafıma baktım ve ben seçilmeliyim dedim. Yanındakilerin artı ve eksi puanlarını görüp, kendi artılarını ön plana çıkarırsan, yol kat edersin. Ben de onu yapmıştım. (...) Güzellik önemli, ama kalemle çizilmiş bir görüntü yeterli değil. Güzel bir kadının dengeli bir ifade tarzı, hem vücut dili olarak, hem de

kendini ifadede, konuşmalarında, insanları kendine çekecek, hayranlık uyandıracak, bütün bir kadın olması lazım” (O. F., 20 Eylül 2011).

Bu gruptan bir başka Türkiye güzeli ve modelin de, güzellikle ilgili görüşü diğerleri ile aynı olmuş; kendisine yönelttiğim soruyu kişilik özelliğinin güzellikten çok daha önemli olduğu yönünde cevaplamıştır. Güzellik yarışmalarında kraliçe seçen konumda olan iki katılımcının görüşleri de model ile aynı yöndedir. Bir uluslararası güzellik yarışmasının Türkiye’deki isim hakkına sahip olan katılımcı, yarışmalarda sadece fiziksel özelliğın aranmadığına değinmiş, “ışık” diye tanımladığı karizma, aura, enerji gibi kavramların önemini vurgulamıştır. Katılımcının güzellikle ilgili yorumuna göre, güzellik yarışmalarında fiziksel özelliklere yüzde 30 oranında değır verilmektedir. Hatırlanırsa Atatürk de kadınların donanımlı olmasını salık verdiğı sözlerine yer verilen üçüncü bölümde ışık kavramını kullanmıştı (s. 99). Bu bakış açısından yola çıkarak, harmoniye dayalı bütüncül bir güzellik anlayışı getirdiğı yorumlanabilir. Güzellik kraliçeliğı standartlarında zekâ, genel kültür, yetenek, sosyal sorumluluk bilinci ve vizyon arandığını belirten katılımcı gibi, koreograf bir diğeri de ışık kavramı üzerinde durmuştur. Büyüleyici bir özellik olarak düşündüğü “ışık”ı fiziksel güzellikten ayrı olarak değırlendiren katılımcı, ışığın, kilolu bir kadında da olabileceğini belirtmektedir. Buraya kadar elde edilen bulgularla tutarlılık gösteren bir başka katılımcı daha olmuştur. Mesleğı gereğı insanları güzelleştirmeye çalışan makyaj sanatçısı bu katılımcı da güzelliğın içinde bulunduğunu iddia ettiğı “ışık” kavramının önemine değinmektedir. Güzelliğı bir yansıma olarak açıklarken, makyaj yaptığı insanda aslında aradığı şeyin fiziksel güzellikten çok hissettiğı bir duygu olarak yorumlamaktadır:

“Güzellik sadece insana mahsus ya da özel değildir diye düşünüyorum, bence güzellik bir ‘yansıma’ olabilir. (...) Mesleğimi uygularken insandaki güzelliğı arayan biriyim, bu genelde o kişiyi ‘hissetmekten’ geçer, ister istemez o kişiden bana, benden ona geçen duygular olur. Bazen da ‘geçmez! O zaman da elimden geleni yaparım” (F. N., 07 Ocak 2012).

Yapılan görüşmelerde elde edilen ortak kanı bir kadına güzel denilebilmesi için fiziksel üstünlüklerin yeterli olmayacağıdır. Güzelliğı bir atmosfer mimarı olarak imgeleyen farklı bir katılımcı, “*Kadın, kendi etrafında ve beraber olduğı insanların etrafında bir atmosfer inşa edebiliyorsa ve bununla etkisi altına alabiliyorsa güzeldir*” (O. C. L., 19 Eylül 2011) derken, bir diğeri güzelliğı özgürlükle özdeşleştirmektedir. Ancak bir kadının özgür olabilmesi için mücadele edebilecek bir kişilik yapısına sahip olmasının

gerekliliğini de ifade etmektedir. Bunları dile getirirken günümüzde kadınların, ataerkil ideolojilerin güzellik dayatmasıyla başa çıkmasının zorluğuna da bir gönderme yapmaktadır. Bu süreci zorlu bir sınav olarak değerlendiren katılımcı, kendi deyimiyle sınavdan başarıyla geçebilmek için sağlam bir kişiliğe gereksinim olduğunu belirtmektedir. Bütün bu zorluklara, dayatmalara karşı başını dik tutmayı başaran kadını güzel bulduğunu açıklayan katılımcının görüşleri şu şekilde kayda geçmiştir:

“Güzel kadın benim için hakikaten özgürleşmiş bir kadındır, özgür bireydir. O kadar zor bir şey ki bu, o kadar büyük bir mücadele gerektiriyor ki ve o kadar büyük sınavlardan geçmenizi gerektiriyor ki, neticede gerçek anlamda özgürleşmek demek kadın olarak önünüze koyduğunuz modelle içinizin örtüşmesi demek. Bir bütün haline gelmeniz demek. Bu çok zorlu bir sınav!” (O. Ç., 25 Ağustos 2011).

Diğer katılımcılar gibi güzelliği dış görünüşe odaklı bir dünyadan kişilik dünyasına taşıyan bir başkası da, güzellik anlayışını belirleyen kültürel yapıların yok sayılmaması gerektiğinin altını çizmektedir. Katılımcı, ideal güzelliğin bir dayatma olduğunu yinelemekle birlikte, endüstrinin güzel olarak sunduğu modelleri reddetmenin zorluğuna da değinmektedir. Belirli standartları güzel olarak belirleyen bir otoritenin varlığından bahseden katılımcı, bu verili standardın dışına çıkmanın zorluğu konusunda bir özeleştiri yapmaktadır: *“Ben de bu çağın insanı olarak, belli standartların güzel olarak öne çıkardığı kişilere ‘güzel’ deme eğilimine sahibim. Bunu tasarlayan bir sektör var ve otorite onlar, o yüzden bunu tartışmıyorum bile”*. Aynı katılımcı, güzellik anlayışıyla ilgili sözlerini şu cümle ile özetlemektedir:

“(…) Güzellik bize dayatılan şey olduğu kadar, bizim iç dünyamızda kendi referanslarımızla da ürettiğimiz bir şey” (O. C. L., 19 Eylül 2011).

Tüketimin etkisi altında görünüş-kişilik ayrımına dayanan ve bir katılımcının deyişiyle *“Görünüyorum, öyleyse varım”* (B. B., 4 Mayıs 2011) anlayışının hâkim olduğu bir çağda, katılımcıların tamamı harmoniye dayanan bütüncül güzellik (*holistic beauty*) anlayışını savunmuşlardır. Özellikle farklı görüşte ve birbirini neredeyse hiç tanımayan katılımcılar, ağız birliği yapmışçasına, kadın güzelliğini görünüş, kişilik ve akıldan oluşan bir bütün olarak değerlendirmişlerdir. Güzellik olgusunu sanat ve felsefi alt yapısından ayırmayan böylesi bir tanım, fiziksel görünüşe aşırı tutkunun yadsınmadığı bir çağda sorunlu bir güzellik anlayışına da cevap olabilecek niteliktedir. Dünya görüşü eksik bırakılan, eğitim olanağı tanınmayan, ikincilleştirilen, ancak bir erkeğin eşi, bir çocuğun annesi olarak konumlandırılan kadınların geleneksel cinsiyet rollerine ek olarak,

günümüzde orta ve üst sınıfa mensup sözüm ona özgür ve modern kadınların kişilik gelişimi olmadan dış görünüşünü güzelleştirme eğilimi, tez kapsamında incelediğim kadın sorununun bir başka yüzünü oluşturmaktadır.

Kısacası tüketimin dayattığı güzellik idealinden, katılımcıların güzellik tanımına gelindiğinde yaşama her koşulda “evet” diyen, ekonomik bağımsızlığı olan, eğitilmiş, özgür seçim yapabilen, sorgulayan, meraklı, sempatik kısacası kişilik, akıl ve fiziksel özellikleriyle bir bütün olan “güzel kadın”, bir harmoniye, uyuma dayanan bütüncül güzellik anlayışı vurgulanmıştır. Katılımcılar tinsel olduğu kadar tensel güzelliğin, kişiye göre değişen form ve çeşitlilikte sağlıklı bir güzellik anlayışının önemine de değinmişlerdir.

5.3. Güzelliğin Gücü ya da “Güzellik Hiyerarşisi”

Alexander Edmonds “Fakirin güzel olma hakkı vardır: Neo-liberal Brezilya’da Kozmetik Cerrahi” (*The Poor Have the Right to be Beautiful: Cosmetic Surgery in Neo-liberal Brazil* -2007) makalesinde, ataerkil devlet ve bazı formel ataerkil yapıları içeren otoriteden ve bu otoritenin değişimine zemin hazırlayan kapitalist kalkınma süreçlerinden bahseder. Edmonds aynı zamanda kapitalist kalkınma süreçlerinin güzellik kültürünün genişlemesine bulunduğu katkıya değinir (Edmonds: 2007:377). Öyle ki bu kültürün üyesi her iki cins de ki bu çalışma bazında kadınlar, ister istemez kendilerini tüketime dayalı bir güzellik hiyerarşisi içinde bulmuşlardır. Güzelliğin büyük bir güç, bir silah, bir mübadele aracı olduğu düşünüldüğünde güzel olanın yaşama bir adım önde başladığı gerçeği, yaşam boyu önde koştuğu anlamına mı gelmektedir?

Edmonds sosyal hiyerarşilerin güzellik bazında kurgulanması açısından bakıldığında yoksulluk içinde yaşayan genç erkeklerin rüyası futbol iken, çoğu genç kadınlar için bu rüyanın moda mankeni olduğuna değinir. Ona göre her ikisinde de yoksulluğun ya da alt sınıf olmanın görünmezliğinin karşıtı medyada görünebilirliktir. Dolayısıyla eğitimi sınırlı ya da eksik kalmış olsa da medyada görünen (güzel) beden, kimlik için daha önemli bir unsur olduğunu vurgular (Edmonds, 2007:377-378). Bu da zaten kadının neden eğitim yerine sadece dış görünüşüne yatırım yaptığını, profesyonel güzellerin sınıf atlama yarışında neden evlilik telaşına düştüğünü, kısacası güzelliği bir mübadele aracı olarak kullandığını açıklar niteliktedir. Edmonds’ın deyimiyle güzelliği bir seçim ya da meslek olarak gören kişilerin ya da bir şans olarak kabul eden görüşlerin aksine, halk arasında çok kullanılan, “çirkin şans” denilen bir inanç da bulunmaktadır.

Kaldı ki bu inanç da ayrı bir sosyal hiyerarşi yaratımı olarak düşünülebilir, ancak kastedilen yine güzel olanın dominantlığıdır.

Bir önceki bölümde fiziksel güzellik kadar ruhsal, iç, tinsel ya da manevi güzelliğin; yani kısacası kişilik güzelliğinin önemini dile getiren katılımcılar bir idealden mi, yoksa gerçeklerden mi bahsetmişlerdir? Çalışmada ortaya çıkan güzellik anlayışının, hiyerarşik konumlanmasını görebilmek amacıyla katılımcılara, fiziksel güzelliğin gücünü ve haklı olarak bu güce ulaşmak amacıyla kimi kadınların gösterdikleri çabayı hatırlattım. Bu amaçla kendilerine “*Fiziksel güzellik güç getirir mi ya da kadına öncelik (fırsat, şans) sağlar mı, anlatır mısınız?*” sorusunu yönelttim.

Aldığım yanıtlar doğrultusunda katılımcılar arasında en fazla “güzellik kapı açar, ama...” ifadesi kullanılmış, daha az bir yüzde güzelliğin bir güç olduğunu, şans getirdiğini söylemiş, geri kalanlar ise şans olabileceği gibi, şanssızlık olabileceğini de belirtmiştir. Bulgularda dikkat çeken bir başka nokta ise toplum tarafından güzelliği tescillenmiş kadınlardan ikisinin güzelliğin lanetli tarafını açığa vurmuş olmasıdır.

Gerek güzelliği bir servet olarak değerlendiren bir katılımcı, gerekse bir kartvizit olarak tanımlayan bir diğeri, fiziksel güzelliği ilk bakışta öncelik sağlayan bir unsur olarak kabul etmektedirler. Ancak yeterli olmadığını belirten ilk katılımcı, “*İşe başvurduğunuzda bir kartvizit uzatırsanız, işe yarar, ama sonrası tamamen kendi becerinizdir*” (O. N., 22 Haziran 2011) benzetmesiyle yine kişilik, eğitim ve akıl gibi değerlere gönderme yapmıştır. Aynı şekilde fiziksel güzelliğin kapı açtığını, ama yeterli olmadığını yineleyen bir başkası olmuş, farklı bir katılımcı ise kapıları geçici süreyle açtığını, hemen arkasından kapının kapanabileceği ya da odada kilitli kalılabileceğine örnek vererek, bu kadınlar için heykel benzetmesi yapmıştır:

“Geçicidir, yani bir kapı açabilir, ama o kapıdan sonra hangi kapılar vardır. Hemen arkasından kapı kilitlenir, odada kalabilir. Sadece proporsiyon açısından, her türlü oran açısından, yürüyen canlı bir heykel gibi bir insanın, sadece bu değerlerle mutlu olabileceğine inanmam. Bir kadının da inanacağını sanmıyorum. İnanıyorsa da bu geçici bir süre içindir” (A. B., 20 Eylül 2011).

Fiziksel güzelliği değil de, kişiliği güzel bulan I. I.’nın bu konudaki düşüncesi kısa ve nettir: “*Yalnız kişilik güzelliğinden ibaret bir kadın, ortalama bir estetiği sahipse güzeldir*”. N. D. ise, “şans mı, şanssızlık mı” ikileminin bakış açısına göre değişebileceğinin yorumunu yapmıştır. Kapitalizmin ve emperyalizmin yarattığı bugünkü

güzellik anlayışının ve kadınları meta olarak kullanmasının temelinde bu görüşün yattığını açıklamıştır. Moda tasarımcısı bir başka katılımcı şans-şanssızlık ikilemine sosyo-kültürel bir bakış açısıyla bir açıklama getirmiştir. Anadolu’da bir köyde doğan kız çocuğunu şansız bulan tasarımcı, başlık parası karşılığı zorla evlendirildiğine duyduğu kızgınlığı hissettirmiştir. “*İnek kaç paraysa, koyun kaç paraysa, kızın fiyatı da o*” (Y. H., 6 Eylül 2011) sözleriyle kırsal kesimde kadının toplumsal konuma gönderme yapmaktadır.

Bir tesettür güzel yaşam dergisinin imtiyaz sahibi olan başka bir katılımcı, güzelliğin ilk karşılaşmada dikkat çekeceğini söylerken, gelişmiş bir kişilik ve akıl özelliğinin sadece güzel olanda değil, güzeli değerlendiren insanlarda da bulunması gerektiğini belirtmiştir:

“Bizler nesnelerden aldığımız sinyallerle -tamamen karanlık bir yerde yürümediğimiz gibi- nasıl ki bir simgenin, sembolün bizde uyandırdığı bir reaksiyon varsa, güzel olan bir şey de -dikkat çektiği için- öncelikli olarak, ilk bir kaç saniyelik algıda karşılığını bulacaktır. Ama ben, kişiliği oturmuş, büyük resmi görebilen yöneticilerin, kişilerin uzun süreli karar verme durumlarında güzelliğin geçerliliği olduğunu düşünmüyorum” (N. Y. B., 25 Aralık 2011).

Bir kadının yaşamında güzellik yerine “aklı ve zekâyı” dikkat çekici bulan bir tiyatro sanatçısı da fiziksel özelliklerin fırsatlar sağlayabileceğini reddetmemesine karşın, herhangi bir olay anında bir beceri ya da performans sunan bir kadını daha çekici bulunduğunu açıklamıştır. Kısacası bir kadında akıl ögesinin, dış görünüşten daha önemli olduğunu belirten ve Barbie bebek gibi yaşayan kadınları eleştiren katılımcı şunları söylemiştir:

“Bence akıllı kadın şanslıdır. Bir yerde yürürken ilk önce fiziksel olarak günele bakılabilir, acaba kim bu diye? Mesela bizim siteye biri geldi, normallerin dışında biri; yani endamıyla, giyinişiyle, şurada oturanlar kim bu acaba diye, ona doğru bakar. Ama çok akıllı bir kadın da gelip, [havuzu göstererek] şurada boğulan bir çocuğu ilk kurtarış müdahalesinde sunduğu becerileriyle bütün ilgiyi toplayan bir varlık olabilir. Güzel olan hayati bir konuda hiçbir fikri olmayan biriye, Barbie bebek gibi pozisyonu olan, bu onun bütün hayatındaki her şeyi bitirebilir. Yani akıl çok önemli” (B. F., 20 Mayıs 2011).

Buraya kadar fiziksel güzelliğin geçici dahi olsa olarak öncelik getirdiğini savunanların aksine başka bir katılımcıya göre, fiziksel güzellik, bir kadın için, tamamen şanssızlık olarak yorumlanmıştır. Güzelliğin olumsuz yönlerini kendi tecrübelerinden yola çıkarak örnekleyen bu katılımcı, güzelliğin lanetli bir tarafı olduğunu vurgulamaktadır.

“Güzelliğin lanetlenmiş olduğu” önermesini, masal çözümlemeleriyle açıklayan Melek Ö. Sezer, masallarda saf ve güzel genç kadınların genelde haksızlığa uğramalarını ya da şanslılıklarla örülü kaderlerinin, güzelliklerinden dolayı lanetli olmasına bağlar. Daha sonra yazar, güzel kızları bu döngüden çıkaracak olanın bir “erkek” olduğunu ifade eder. Çünkü Sezer’e göre güzellik, kıskançlığa ve hazımsızlığa dair sorunlar yaşatmakta, ancak güçlü bir erkeğin iktidarı altına girildiğinde, sorunlar da evlilikle birlikte çözüme ulaşmaktadır (Sezer, [2010] 2011:114). Bu yolla güzellik de erkeğin hizmetine sunulmuş olmaktadır.

Akıl ve kültür ile özdeşleştirilen erkeğin iktidarına boyun eğmesi için bir yıldırma politikası olarak okunabilen yaftalama stratejisi altında, masal kahramanı kadınların karşısına çıkan prens, kurtarıcı gibidir. Dahası güzelliğin lanetli tarafını ya da güzel kadının bahtsız kaderini, olumlu yönde değiştirmesi için sanki bir fırsat niteliği taşımaktadır. Güzel olduğu için bir bedel ödemek zorunda bırakıldığı gibi, eril iktidarın içten içe işleyen sistemine direnemeyen kimi güzel kadınlar, bu önermede gönüllü olarak bir erkeğin himayesine girebilmekte, bu yolla dizginleştirilebilmektedirler. Bugün toplumumuzda kız çocuklarının hala bu tip masallarla büyütüldükleri düşünüldüğünde, “beyaz atlı prens” idealinin ne kadar içselleştirildiği tartışmaya açıktır. İşte bu tip toplumsal yaptırımlar sonucu evlendiğini, boşandıktan sonra da güzelliğinin başına dert açtığını dile getiren bir katılımcı, güzelliği sebebiyle genç yaşlarında büyük kişilik mücadelesi verdiğini dile getirmiştir. Çünkü güzel olan kadınların, rekabet ortamından dolayı diğer kadınlar tarafından kıskanıldığına, önünün kesildiğine değinen katılımcı, ancak güzelliğinin geri planda kaldığı 50’li yaşlarında huzur bulduğunu dile getirmiştir. Artık kişiliği ve zekâsıyla değerlendirildiği için daha mutlu olduğunu açıklayan bu kişi, kendi dile getirdiği güzelliğin lanetli tarafını şöyle özetlemektedir:

“Ben 50-55 yaşından sonra çok rahat ettim, çünkü artık güzelliğim tamamen geri planda kaldı ve ben nihayet kendi ruhumla, kendi yüreğimle, kendi kişiliğimle ortaya çıkabildim. (...) Neticede güzelliğin kıskançlıklara neden olma gibi bir durumu var. Arkandan konuşuyorlar, hiç yapmadığın şeyleri yapmış gibi oluyorsun, kimseyi inandıramıyorsun, bunlar güzelliğin lanetli tarafları!” (B. L., 07 Temmuz 2011).

Politik iktidar ve güç ilişkilerinin kültürel pratik, uygulama ve yaptırımlarının öne çıktığı toplumsal roller, sözlü kültür ürünlerinde çok belirgindir. Filiz Özdem’in *Yeryüzünden Binbir Efsaneler* kitabında, masal kadınlarının hemen hepsi, ilginçtir ki çok güzeldir! Güzel oldukları için mutluluğu hak etmediklerinden midir bilinmez, bazı

masallar mutsuz sonla biter. Örneğin “Yusuf ile Züleyha”nın öyküsünde Züleyha, Magrib hükümdarı Taymus’un güzel kızıdır. Züleyha bir gün kölesi Yusuf’u rüyasında görür ve âşık olur. Yusuf hapse düşer, Züleyha üzüntüsünden kahrolur, aşkından saçlarına aklar düşer, ağlamaktan gözleri görmez olur. Yıllar sonra karşılaştıklarında, Yusuf’un içindeki ses, bu kadının Tanrı’nın sevdiği bir kul olduğunu söyler, kadına dua eder ve oracıkta Züleyha eski güzelliğine kavuşur. Evlenirler. Yusuf, Zeliha’ya bir tapınak yaptırır, günleri ibadetle geçer. Ancak efsanenin sonunda Yusuf peygamber bir gün ölmüş anne-babasının yanına gitmek için dua eder, hiçbir duası geri çevrilmediği bilindiğinden, huzur içinde hayata gözlerini yumar. Zeliha da üzüntüsünden yataklara düşer, ölen kocanın mezarı üzerinde intihar ettiği için yücelik makamına erişen Çinli kadınlar gibi (Konfüçyus dönemi), Yusuf’un mezarı başında ölür (Özdem, 2010:65-66). Böylelikle güzel ve masum olması beklenen kadının, bir erkeğe adanmışlık rolü masallar aracılığıyla yeniden üretilir. Masallarda yüceltilen, ama aynı zamanda bir tehdit olan güzellik, genç kadınlarda saflık ya da masumiyetle kontrol edilebilirken (Sezer, [2010] 2011:99), daha yaşlı olanlar içinse kendini adanmış modeller sunulmaktadır.

Bir başka öyküde, bir Türkmen efsanesi, Balıkesir’in Güre köyünde güzel bir kadın olarak nam salan Sarı Kız üzerinedir. Güzellik ve namusun yan yana bulunamayacağı konusunun iyi bir temsili olan efsanede, Sarı Kız güzelliğiyle ün salar. Kızın namusundan kuşkulanan babası, dedikodulara inanır ve kızını dağlara bırakır. “Güzellik başa bela” sözünü doğrularcasına, Sarı Kız, sanki kötüye kullanılmaya her an hazır bir güç olarak görülen, güzelliğinin bedelini yalnız kalarak öder. Sonunda iftiralara iyilikle karşılık veren ve isyan etmeyen kız, Tanrı tarafından ödüllendirilip erenlere karışınca, bütün köy pişmanlık duyar ve öldüğü yer “Sarı Kız Tepesi” adıyla kutsal bir yere dönüştürülür (Özdem, 2010:84-86).

Süryanilerin her yıl Mart ayında kutladıkları Hano Kritho şöleni, efsaneye göre Gulyad kralı Naftah’ın gül yüzlü kızını kurban ettiği bir törendir. Efsaneye göre güzeller güzeli prenses, ülkenin kurtuluşu için kendini seve seve feda etmekle kalmaz, törenin her yıl eğlence havasında tekrarlanmasını diler (Özdem, 2010:107-108). Buraya kadar anlatılan hikâyelerde toplumların güzel kadına duyduğu hayranlık ve kıskançlık dengesizliği (ikilemi) ortaya çıkmaktadır. Araştırmanın başında da değindiğim gibi güzel kadına karşı takınılan ikircikli durum masallarda okunmakta, ataerkil sistemin kadınları nesneleştiren kültürel politikasının bütün yapılara nasıl yerleştirildiği görülmektedir. Masallarda güzellik, güç ile bağdaştırılmakta ve sanki bu güç iktidara bir tehdit olarak

algılanmaktadır. Belki de bu yüzden masalarda ya pasifize edilmiş güzel kadınlar ya da kötülük yapan çirkin cadılar bulunmaktadır. Ayrıca masal çözümlemesi kadınların güzellik hiyerarşisi içinde en güzel olma telaşına düşmelerinin bir nedeni olarak güç elde etme isteğini de işaret etmektedir. Bu konuyu tartışan bir katılımcı şu sözlerle görüşüne açıklık getirmektedir:

“Kadınlar yüzyıllardır hep bedenleriyle, görünüşleriyle var olup, konum elde ediyorlar bu yine güç eşitsizliğiyle ilişkili bir şey. Siz binlerce yıl kadına güzel olması, itaatkâr olması ve ikisini birlikte bir erkeğin hizmetine sunmasıyla bir statü kazandırmışsınız. Bir şekilde de kadınlar var olma mücadelesi veriyorlar, yani *survivor* etmek zorundalar. Tek başına bir kadının buna itiraz etmesi mümkün değil ki, bunu tabii ki içselleştiriyorlar. Ne yapacak? Erkeğin gözüyle kendine bakmaya alışıyor. Hepimiz bir şekilde aynalara bakarız, vitrin camından kendimize bakarız, çünkü nasıl göründüğümüz çok önemlidir. Bu bir gerçeği yansıtıyor” (G. C., 12 Temmuz 2011).

Çalışmanın “Güzellik Endüstrisi” başlıklı alt bölümünde Diana Crane’in (2003), moda idealleriyle birlikte hegemonyanın iletildiği bir kanalı ve imgeyi yansıtıyor olmaları iddiasına dayalı olarak mankenlerin, öncü mükemmel beden ya da güzellik sembolü gibi bir işlevi varken; beğenilmeyen, yargılanan, bedenleri veya sundukları kıyafetler üzerinden eleştirilen moda işçileri olarak sosyal rahatlamaya sebep olduğuna da değinmiştim. Gramsci’nin hegemonya kavramıyla anlattığı egemen sosyal grubun, toplumsal yaşama dayattığı genel yönelime büyük kitlelerin kendiliğinden rıza göstermesi (Gramsci, 1971:12; Aktaran Crehan 2006:151) gibi, idealize edilmiş güzellik hegemonyasının da bir topluluk olarak mankenlere güç, baskı ve hiyerarşi dayattığını ve onların aracılığıyla hegemonyanın devamına hizmet edildiğini düşünüyorum. Ayrıca bu sürecin sonunda mankenler, kadınların hem hayran olduğu, hem de nefret ettiği bir imaja sahip olabilmektedirler. Mankenler, birbirleriyle kurduğu iletişimde yaşanan hiyerarşik ilişkiden dolayı çift taraflı bir gerilimin merkezinde olan bireyler olarak moda dünyasında var olmaya çalışırlar.

Karn Tranberg-Hansen’e göre (2004) güzellik yarışmaları, ulusal projeler içinde idealize edilen kadınlığı kurgularlar, bunlar ülkenin değişen siyasi iklimi içindeki farklı siyasal pozisyonları ifadelendiren birer araç olurlar (Hansen, 2004:384). Ne var ki bu çoğu ulusal güzellik yarışması güzeli için siyasi bir pozisyon ya da olgu durumu ifade etmekten çok “güzel kadın olma” “ulusunu temsil etme” ve “ulusunun idealize ettiği bir kadınlık imgesi”ni taşıma anlamındadır. Örneğin eski bir Türkiye güzelinden, görüşme sırasında, mankenlik mesleğini yorumlamasını istediğimde, güzelliği bir fırsat olarak gördüğünü

inkâr etmemekle birlikte, kraliçe seçilecek kadar güzel bir kadın olarak kadınlık, güzellik ve kusursuzluk kavramlarını tartışmış ve yaşadığı sıkıntıları paylaşmıştır. Katılımcı, hiyerarşik sistemden dolayı güzellerin birbirine bakışının kusur aramaya yönelik olması sebebiyle modelliğin çok yıpratıcı bir meslek olduğunu açıklamıştır. Modelliğin kişiye verdiği zararlar yüzünden bir daha o kişinin kendisiyle barışık yaşamasının çok zor olduğunu dile getirmiştir. Bu zorlukları yaşamdan alınan dersler olarak yorumlayan katılımcı, bir modelin güçlü durmak zorunda olduğunu da altını çizmiştir. Ayrıca o da önceki katılımcı gibi, güzel kadınların diğer kadınlarla bazı sorunlar yaşadığına, bu sebeple yalnız kaldığına değinmiştir. Bu kadar yıpratıcı bir mesleği sürdüren modellerin bir daha kendi benlikleriyle barışık ve huzurlu yaşamalarının çok zor olduğunu açıklamaktadır:

“Bizim yaptığımız meslekte mesela, buna sahip olman gerekir. Bir şans ve bir fırsat yarattığı kadar, çok da zorluğu vardır. (...) Güzel olan kadın yalnızdır. Güzel olan kadın, çevresindeki diğer kadınlarla hep zorluklar yaşar. Bu da onun bu dünyaya gelişinde yaşayacağı dersleridir. (...) Bizim kendi içimizde birbirimize bakışımız hep kusur aramaya yönelik. ‘Onun neresinde ne var, ne kadar kusurlu bir yaratılmış’ bunları söylüyoruz. Bulduğumuz camiada olay tamamen bunun üzerine kurulu. Bu yüzden de modellik çok yıpratıcı ve zarar veren bir meslektir. Bir daha o kişinin kendi benliğiyle, kendisiyle barışması için çok ciddi bir çaba harcaması, çevresinde de ona destek olacak insanların olması gerekir” (U. L., 22 Aralık 2011).

Ortak görüş bütünlüğünde fiziksel güzelliğin, pratikte şans getirdiği, ancak kadına değer katmayan kapılar açtığı görüşünü savunan bir katılımcı daha olmuş, bir diğeri yaş almaya başlayan ve dış güzelliğin esiri olan kadınları düşünerek “*Biyolojik güzellik zamanla ıstıraba dönüşüyor*” (C. C., 12 Aralık 2011) cümlesini kurmuştur. Farklı bir katılımcı ise “*Güzellik tabii ki şans getirir, lakin nice güzel kadınlar vardır ağızlarını açtıklarında çirkinleşebilirler, nice kadınlar vardır ağızlarını açtıklarında çok güzelleşebilirler*” (Z. L., 12 Haziran 2011) cevabını vermiştir. Görüşme yapılan kadın ve erkekler ile tartışılan “güzellik mi, akıl mı” ikilemine dair son noktayı bir diğer katılımcı koymuş, bunun ulaşmak istenilen amaca göre değişebileceğini söylemiştir. Güzelliğin güç getirdiği düşüncesinin aksine, aklıyla ön planda olan bir kadının toplumda yer edinebileceğine ve kudretli bir kadın olarak anılabileceğinin altını çizmiştir. Dünyada, ideal güzellik ölçülerine uymayan, ancak medyada “dünyanın en güzel kadınları” listesinde giren kadınların da olduğunu hatırlatarak, bu görüşüne Angela Dorothea Merkel’i örnek olarak göstermiştir:

“Bu neye ulaşmak istediğinize bağlı bir şeydir. Şimdi Avrupa’nın en güçlü kadınlarından birisi Merkel. Merkel, modern dünyanın ölçülerine uyan bir kadın değil. Dergileri açtığınızda dünyanın en güzel kadınları sayfasında yer almıyor, dünyanın en kudretli kişilerinin arasında yayımlanıyor. Onun için bütün kapılar açılıyor” (T. R., 27 Eylül 2011).

Bu sözleri üzerine katılımcıya, “güzelliğin bir güç ve iktidar olarak düşünüldüğü” anımsatıldığında, düşüncelerini aktarmak amacıyla metaforik bir açıklama yapmıştır. Güzelliği bir alet çantasına benzeten katılımcı, bazı kadınların bu güzellik çantasını kullandığını, ama sadece güzelliğin yetmediğini belirtmiştir. Güzellik kadının üstüne bindirilen bir zorunluluk gibi, bazı kadınların bu malzemeyi güce dönüştürdüğünü ve bu tip kadınlara karşı önyargılı olmadığını açıklamıştır. Ancak katılımcı sonunda ne olursa olsun fiziksel güzelliğin yetmediğini, içinin mutlaka doldurulması gerektiğini savunmaktadır. Görüşlerini desteklemek için, aşk ilişkisinden örnek veren katılımcı, güzelliğin çekim etkisi yarattığını, ama ilişkinin gelişebilmesi için başka şeylerin gerekli olduğunu şöyle anlatmaktadır:

“Zaten [güzellik] kadının üstüne bindirilmiş bir format, yüzyıllardır kaybolmayan bir şey. Ben bu kadını alet çantasıyla birlikte bu sistemde yürümeye çalışan birisi diye görüyorum. İşine yarıyorsa, kadın bununla güç buluyorsa, ne güzel. Bana göre örneğin bir aşk ilişkisi ilk çekimden ve o güzellikten etkilenip devam edemiyor, gelişemiyor ve bir süre sonra bitiyorsa, onun içini doldurmak gerekir diye düşünüyorum. Sadece güzellikle olmaz” (T. R., 27 Eylül 2011).

Sonuç olarak fiziksel güzelliğin bir fırsat yaratıp, yaratmadığı konusunda görüştüğüm kadın ve erkek katılımcıların çoğunluğu tarafından fiziksel görünüşün kadınlara bir kapı açtığı, ancak yaşamda yol almak için akıl, beceri, zekâ, duygu ve etik değerlere gereksinim olduğu yönünde ortak deneyim ve düşüncelere ulaşılmıştır. Araştırma grubunun çoğunluğunun görüşlerine göre, fiziksel güzelliğin hem kadınlar, hem de erkekler üzerinde etkisi yadsınmamakla birlikte, yeterli olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Bir tüketim nesnesine dönüşen kadın sorununun bir parçası olarak değerlendirilen “güzellik hiyerarşisi” kültür tarafından yaratılan, endüstriyi besleyen ve kapitalist ekonominin bir uzantısı olarak görüldüğünden, fiziksel güzelliğin kadınlara sağladığı yarar ve zararların birlikte değerlendirilmesi öngörülmektedir. Araştırmada, güzelliği bir güç olarak tanımlayan görüşlerin karşısında, güçlü, akıllı ve başarılı, ancak çağımızın güzellik standartlarına uymayan kadın örnekleri veren az sayıda da olsa görüşler olmuştur. Bu anlamda “kadınlar, geçici bir görüngü olarak fiziksel güzelliği mi, yoksa kalıcı bir değer olarak akıl ve kişiliği mi seçmeli” sorusu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların

çoğunluğunun yorumu, kadınların toplumda kişilik özelliğiyle rol oynaması gerektiği üzerinedir. Bu bağlamda fiziksel güzelliği ön plana çıkaran ve bir iktidar alanı olarak medyada, güzellik hiyerarşisini, dahası hegemonyasını yoğun olarak görmek mümkündür. Bu sistemin nasıl işlediğini anlamak ve kadınların kişilik özelliklerine yatırım yapmasının hayati önem taşıdığını görmek amacıyla bir sonraki soruda medyanın rol modellerini, ikonları ve ünlüleri (*celebrities*) inceleyeceğim.

5.4. Güzellik Simgesi Kadınlar: Moda İkonlar, Rol Modeller, Ünlüler

Alexander Edmonds (2008), pazar ekonomisi ve küreselleşme tartışmalarına güzelliği bir mal olarak kurgulamak ile başlar. Neden güzellik iyi satar? Kapitalizm ve demokrasinin sosyal dönüşümlerinin doğal bir sonucu olarak “görünümün” duygusal ve sosyal önemindeki artıştan bahseder. Ona göre modernite denilen şey yaratıcı bir çözülmeye denk gelir, moral otoritenin geleneksel kaynakları ve ataerkilliğin ilkeleri ile bir egemenlik kurgusu yaratmaya çalışır. Böylesi bir kurgulama içinde kimlikler daha çok kişinin içkin özelliklerinden doğru ve görünüşü içerecek şekilde -ayrıca kişiliği de yeni nosyon olarak- ortaya koyar ki bunda sosyal mirasın ve sosyal ilişkilerin rolü daha az etkindir (Edmonds, 2008:156). Dolayısıyla bu görüşe dayanarak söyleyebilirim ki, güzellik endüstrisinin ideal güzelleri de böyle bir kurgunun eseridir. Medyada yer alan “ünlü”ler, (*celebrity*), moda endüstrisinin masal kızları olan modeller, kraliçeler, trend belirleyiciler, moda ikonları ve sosyetik güzeller, güzellik endüstrisinin taşıyıcılığı rolünü üstlenmişlerdir. Edmonds’ın bahsettiği moral otoritenin modernite yolunda çözümlenmeye uğrama sürecinde, görünüş ve görünüşün zorlamasıyla yeniden üretilen bir kişilik, onların kimliklerinin kaynağı olmuştur.

Jones’a göre güzellik endüstrisi insanı çekici yapmayı arzulayan teknolojik ilerlemelere dair yöntemleri keşfetmeye çalışan girişimcilerin şekillendirdiği bir endüstridir. Güzellik endüstrisi ürünlerini pazarlamak amacıyla, “güzellik getirisi”nin vaadini ön plana çıkartır; böylelikle bireysel yaşam tarzı yaratmak, cinsel partner çekmek, kariyer fırsatları ve kazanç elde etmek gibi iddialar sunar. (Jones, 2008:2-3). Güzellik getirisinin cazip kılındığını anlatmaya çalışan Jones’dan hareketle modeller de bu yöntemlerin ürettiklerini yine sistemin bir ürünü olarak kendi bedenleri üzerlerinden sunan araçlar olarak, özellikle endüstri ürünleri ile donatılmış kadın bedenleri olarak yorumlanabilir.

Medya ve popüler kültürün tüm ürünlerinde bu ideal kadınlar, kusursuz, başarılı, güçlü, güzel, şanslı, mutlu, sevilen ve zengin “süper kadınlar” olarak sunulmaktadırlar. Değişik alanlarda öne çıkan ve sürekli yenilerinin yaratıldığı “süper kadınlar”, bilinçli ve bilinçdışı yollarla diğer kadınlara “iyi görünen kazanır” mesajını vermektedirler. İyi görünmenin yolunun tüketimden geçtiğini kanıtlarcasına gardıroplarının, çantalarının, buzdolaplarının, oturduğu evlerinin içi bir mağazayı aratmayacak çeşitte ürünlerle doludur. Bugün bireyleri yoğun olarak etkilemekte olan moda ve reklamın, tüm hatlarıyla yumuşak bir otoerotik görüntü oluşturmaya ve bu görüntünün gelişmesini yönlendirmeye çalıştığı düşünülmektedir (İnceoğlu & Kar, 2010:67). Medyanın ideal güzelleri, moda ikonları ve rol modellerin, narsistik bir güzellik anlayışının taşıyıcıları ve tüketim simgeleri olduğu düşüncesiyle, katılımcılara bu konularla ilgili olarak “*Medyadaki kadının temsil ediliş biçimi, rol modeller ya da moda ikonları hakkında ne düşünüyorsunuz?*” sorusunu yönelttim.

Aldığım cevapların genelinde medyanın sunduğu rol modeller, tüketim ile ilişkilendirilmiş ve topluma zarar verdiği düşünülerek, medyadaki kadın imgesinin olumsuz etkilerinden bahsedilmiştir. Bu ortak görüşü savunanlar arasında bir katılımcı, kadın bedeninin meta olarak kullanılmasının topluma verdiği zararı yorumlarken, muhafazakârlığı arttırdığını dile getirmiştir. Yine de insanların kişisel tercihlerinden sayılması sebebiyle herkesin özgür bir birey olarak dilediğini yapması gerektiğini savunmasına rağmen katılımcı, çıplak kadın fotoğraflarının medyada sıkça yer bulmasını, kadın haklarının yerleşmesinde olumsuz etkisi olduğundan bahsetmektedir:

“(…) Ben zaman zaman kadınların fuhuşta yakalandığını ya da çıplak bedenleriyle fotoğraf çektiklerini gördüğüm zaman, bunların toplumu kadın haklarının yerleşmesinde olumsuz etkilediğini düşünüyorum. Bunu mu yapmak istiyor kadınlar diyerek herkes kendi çocuğunu, kardeşini, karısını daha fazla kapatmaya çalışıyor. Bu bir özgürlüktür, kınamıyorum, ama kadınları daha çok koruma ve kapatma gibi bir içgüdüye sevk ettiğini ve muhafazakârlığı arttırdığını düşünüyorum” (B. D., 10 Temmuz 2011).

Medyadaki kadın imgesinin topluma verdiği zararı psikolojik açıdan değerlendiren bir başka katılımcı da, güzellik ideallerinin kültürel olarak yaratıldığını ve topluma rol modeller aracılığıyla aktarıldığını ifade etmiştir. Psikiyatrist olarak görev yapan katılımcı, 60’lı yılların moda ikonu Twiggy’i hatırlayarak, bu modelin toplumsal sağlığa verdiği zarardan bahsetmiştir. “İnce beden rahatsızlığı”nın (anoreksiya nervoza) ilk olarak Amerika’daki üniversiteli gençler arasında görüldüğünü ifade eden katılımcı, bunun sadece

bir moda olarak değerlendirilmemesi gerektiğini, psikoloji ile bağlantısını vurgulamıştır. Sağlık antropolojisi alanında çalışmaları olan Edmonds da, Suzan Bordo'nun güzellik idealinin aynı zamanda nasıl bir yeme bozukluğu bedeli olduğunu ve bunun kadın cinselliği açısından nasıl bir reddediş yarattığı tartışmasından bahseder. Kaygının, yabancılaşmanın ya da şiddetin, kamusal alanda en gerçek görüldüğü yeri kadın bedeni olarak yorumlayan Edmonds, değişen kadın cinselliği ve ona bağlı görünen bir kavram olarak sağlık normlarını sorgular. Bordo'dan hareketle belki de modernite içinde sosyal ve duygusal olarak önem arz eden çekicilik kavramının etkilerini ve üreme idealinden, gelenekten koparılan kadın bedeninin yeni bir modele dönüşmekte olduğunu tartışır (Bordo, 1993; Aktaran Edmonds, 2008:156). Değişen kadın bedeni ve cinselliğine belki de bir reddediş olarak da yorumlanabilen ince beden hastalığı Türkiye'de de görülmektedir. Katılımcı da bilinenden daha fazla olduğu varsayılan bu hastalığın, psikolojik, toplumsal ve kültürel olarak araştırılması gerektiği üzerinde durmuştur. Bir yandan açlıktan kırılan, diğer yandan obezlik hastalığıyla savaşan toplumların çelişkisine değinen katılımcı, güzellik kavramının kültürel ve ekonomik şartlara göre değiştiğine de dikkat çekmektedir:

“Özellikle Batı dünyasında kadınların ince olması, bundan aşağı-yukarı tam yılını hatırlayamayacağım, ama Amerika'da üniversiteli kızlarla başladı. (...) Kızlar 'Biz, etten (kilo) hoşlanmıyoruz, biz ince bedenden hoşlanıyoruz' dediler. Böylece bu *anoreksia nervosa* dediğimiz bir takım hastalıklar ortaya çıktı. Bu Türkiye'de de var. (...) Bu gerçekten güzellik anlayışı ile bağlantılı mıdır? Tabii ki inceliğe özen her yaşta görülebiliyor; yani bunun moda ile bağlantısı olduğu gibi, insanların psikolojik durumlarıyla bağlantı olduğunu düşünüyorum. Siz antropolojik olarak çok daha iyi bileceksiniz, Afrika'da aç insanlar, ABD'de obezler varken, o zaman güzellik anlayışı bir yerde ekonomik ve kültürel şartlara göre değişiyor” (B. F. 31 Mayıs 2011).

İnce beden konusundaki kültürel dayatmanın en çok kadınları hedef aldığını dile getiren katılımcılar arasından bir başkası, bütün bu baskıların güzellik endüstri tarafından yaratıldığının unutulmaması gerektiğini hatırlatmıştır. Ayrıca ince beden modasının empoze edilmesine karşın, bu konunun çelişkili olduğuna da dikkat çekmektedir. O da diğer katılımcı gibi yemek programları, marketlerde raflar dolusu yiyecekler, dünya mutfağından seçme restoranlar varken, kadınların ince olmaya özendirildiğini sorgular. Tıpkı diğer katılımcılar gibi, zamanını sadece güzelleşmek için harcayan, güzellik takıntılı kadınların güzellik endüstrisi tarafından yönlendirildiğini, işin ticari boyutunun farkına varılması gerektiğini yinelemiştir. Bu durum karşında kadınların işinin çok zor olduğunu ifade eden katılımcı, düşüncelerini şu şekilde sıralamaktadır:

“Hepimize dayatılan, topluma, kadınlara dayatılan bir şey var; belli bir kiloda olacaksın, ağzın şöyle, burnun şöyle, belin şu kadar olacak filan... Büyük ölçüde ticari bir şey. Bir yandan yemek programları, yemek kitapları, tıka basa marketler; bir yandan da zayıflayın baskısı var. Yani bu, bu nasıl olacak bilmiyorum. Kadının işi çok zor!” (J. B., 18 Mayıs 2011).

Katılımcıların çoğunluğunun değindiği “tüketim” olgusu, Sharon Zukin ve Jennifer Smith Maguire tarafından “Tüketiciler ve Tüketim” (*Consumers and Consumption* - 2004) adlı çalışmada “kitle tüketimi” olarak irdelenir. Kitle tüketiminden, iyi giyinme arzusuna sahip, iyi görünmeye dikkat eden, güzel görünüme önem veren manipulatif tüketicilerin ürettiği bir sistem olarak bahseden sosyal bilimciler, bu tüketicileri, kendilerini güzellik vizyonu ile kuşattıkları için eleştirirler (Zukin & Maguire, 2004:176-177). Bu görüşe benzer bir ifade olarak katılımcılardan biri de tüketim yolu ile aslında kendini tüketen kadınlardan bahsetmiştir. Medyadaki ünlülere özenen ve statü atlamak için ünlülerin giydiklerini takip eden gençleri örnek gösteren katılımcı, bu genç kadınların nasıl kitle tüketiminin birer araçları olduklarını aşama aşama aktarmıştır. Güzellikten dem vurarak tüketme eğiliminde bahsi geçen arzusun arkasında evlenme ve “zengin koca bulma” idealleri uğruna, kişilik gelişiminden yoksun kalan kadınların durumunu, aslında diğer katılımcılar gibi medyadaki kadın imgesinin topluma verdiği zarar şeklinde yorumlayan katılımcı, bir yandan da kapalılığın altında aşırı tüketim barındıran muhafazakâr toplumları eleştirmektedir:

“Tüketimin, kadının kapalılığı ya da açıklığıyla da hiç bir ilgisi yok. Ben, Birleşmiş Milletler bünyesindeki görevim nedeniyle, kadınların tamamen kapalı olduğu ülkelerde görev yaptım. Burada da o kapalılığın altında da inanılmaz bir tüketim var. Sokakta gördüğünüz siyah çarşafın altında, hayal bile edemeyeceğiniz bir tüketim gösterisi var. Özellikle bu çantaların, değerli markaların, iç çamaşırlarının satıldığı ülkelerin başında, o kapalı ülke kadınları geliyor” (Ş. B., 13 Ağustos 2011).

Marka ürünlerle ilgili olarak, Jones, güzellik markalarının sosyal statü atlamak için birer araç olduğunu vurgular ve “Batılı” olma idealinin bir sembolü olarak markaları değerlendirmeye alır. Bu değerlendirmede Amerika Birleşik Devletleri, bir geçiş ritüeli (*rite of passage*) gibi görülmektedir. Amerikalılara benzeme çabasındaki Güney ve Kuzey Avrupalıları bu ritüele dâhil eden Jones, Batılı dünyanın üstünlük sembolleri olarak endüstrinin belirlediği bir çeşit marka pozisyonluğuna ve güzellik markalarıyla ilişkilere değinir (Jones, 2008:5). Benzer şekilde katılımcılardan biri de türbanlı olsun, olmasın bütün kadınları tüketime ve marka giyinmeye yönlendiren arzuyu statü ile ilişkilendirerek,

bu durumu esaret olarak nitelendirmektedir. Güzelliği, zenginliği, marka giyinme istemini Jones'un geçiş ritüelindeki gibi bir anlamda, "adam gibi olmak" sözüyle açıklamaktadır. Böyle kadınları "hiçleşen", biblo bebekler olarak tanımlayan katılımcının sözleri şu yöndedir:

"Estetik kaygı açısından güzel görünmek, iyi giyinmek, derli toplu olmak erkekte de vardır, ama kadın bir adım daha öndedir, fakat duracağı yeri bilmesi gerekir. Kendini hiçleştiren, anlam olarak kendine bir katkısı olmayan, tam tersine biblo gibi 'ruhsuz bebekler' olmaya doğru yönlendiren, 'kültürel emperyalizm' diyeceğim ben, buna karşı kadının durup düşünmesi lazım (...). Sadece suçlamak meseleyi çözmiyor. Çözüm arıyorsak, kadınların bu mahkûmiyetten korunması lazım. Sadece güzellik anlamında da değil, zincirleme bir durum, daha sonra da zengin olmak durumundasınız, marka giymek zorundasınız, bunlar birbirini tetikleyen şeyler. Bozulma ve yanlışlık kendi çerçevesi içinde sınırlı kalmıyor. Başka şeyleri de zincirleme olarak tetikliyor. Sizin bir marka çantanız, başörtünüz varsa "adam oldunuz" kanaati uyanıyor ki bu insanlık adına son derece, geriye götürücü bir şey, gelişmeyi önleyici bir şey" (C. J., 27 Aralık 2011).

Çalışmada, marka giyinmeyi "esaret" olarak gören bir başka katılımcı da, başı açık ya da kapalı neredeyse bütün kadınları tüketime yönlendirilmesini ve marka bağımlılığını, bir kişilik zayıflığı olarak açıklamaktadır. Moda ikonlarının durumunu abartılı bir esaret olarak belirten katılımcı, bu durumu medya ve tüketim endüstrisinin topluma dayatması olarak yorumlamaktadır. Jones'un bahsettiği anlamda sanki ritüel şeklinde bir geçiş gerçekleşmekte, şahsiyetin yerini o marka ve onunla sağlanan yeni görüntü almaktadır. Dolayısıyla katılımcı, kişilik değerlerinin moda, marka kıyafet ve aksesuarlarla belirlendiğini şu sözlerle aktarmaktadır:

"Bir yerde onlarınki de bir esaret! Markanın, güzel görünmenin, modanın eseri olmak, bu çok yorucu bir şey! Bütün medya, televizyon, bütün toplum bunu besliyor. Yani bunu tesettürlü toplumda ayrı besliyor, tesettürsüz kesimde ayrı besliyor, artık ipin ucunu kaçırmış bir toplum var. (...) Neyse onun esiri oluyoruz. Tesettürün, yüksek topuğun, mini eteğin, çantaların eseri oluyoruz. Bence şahsiyet gidiyor, yerini o marka veya görüntü neyse o alıyor" (B. L., 07 Mayıs 2011).

Gerek benim Önsöz'de paylaştığım deneyimlerimden, gerekse katılımcıların önemli bir çoğunluğunun dile getirmiş olmasından yola çıkarak, güzel görünüm ve marka giyimle statü atlamının ya da kişilik/kimlik oluşturma çabasının, orta ve üst sınıf kentli kadınları kusursuzluk arayışına ve eksiklik duygusuna ittiği söylenebilir. Bu durum eril hegemonyanın bilinçli aktörleri tarafından kurgulanmış eksik, yetersiz, tüketerek kendini

tamamlayabilen kadın imajını hatırlatmaktadır. Egemen grubun bilinçli aktörleri tarafından üretilen, yayılan ve dayatılan ve hatta bilimsel kuram ve kurumlarla da desteklenen bu “eksik erkek”⁸⁶ imajı, kadınlar tarafından, Gramsci ya da Bourdieu’nün tezlerinde olduğu gibi kendiliğinden rıza gösterilip, içselleştirmektedir. Erkekler, kadını kategorileştirip, parçalayıp, bölme suretiyle, kendini bütün ve erkek hissederken (Sezer, [2010] 2011:121), özellikle büyükşehirlerde yaşayan ve ekonomik gücü olan kadınların bazıları tüketime yönelmektedirler. Kendilerini erkeğe göre tanımlaması bir anlamda şart koşulan, bilinçdışı yollarla gönüllü rızası alınan bu tip kadınlar, duyumsadığı eksikliği, güzelleşerek giderme arayışına girebilmektedirler.

Soruyu farklı bir bakış açısıyla yorumlayan ve bugünün rol modellerini, kendi öğrencilik yıllarında örnek aldıkları modellerle kıyaslayan iki katılımcı, konuyu eleştirel bir yaklaşımla değerlendirmişlerdir. Bu yeni rol modellerle kadın istihdamının zayıfladığına değinen bir katılımcı, gençlerin sadece tüketime endekslendiği konusunda çoğunluğun görüşüne katılmakla birlikte, medyadaki kadın temsillerinin gençlere kötü örnek olduğu konusunda yine diğer katılımcılarla paralel görüşte bulunmuştur:

“Bizim rol modellerimiz çok farklıydı. Oysa bugün rol modelleri o kadar değişti ki, acayip gösterişli elbiseleriyle, kocaman takılarıyla, işlevsiz, üretmeyen, sadece tüketen, alışveriş merkezlerini dolduran bir grup kadın, genç kızların rol modeli bunlar. Genç kızlar televizyonlarda, gazetelerde sadece bir erkeğin yanında ya da arkasında yürüyen, çok pahalı çanta ve ayakkabılar, kocaman yüzüklerle, takılarla kendini ifade etmekten aciz kadınları görüyorlar. Bu rol modellerle kadın istihdamı zayıflar” (F. V. U., 21 Eylül 2011).

Aynı şekilde bir diğer katılımcı da kendi öğrencilik yıllarında örnek alınan Alexandra M. Kollontai, Rosa Luksemburg gibi kadınların yerine, 2000’li yılların sonunda tüketimi teşvik eden kadınların rol model olarak sunulduğu söylemiştir. Sağlık, güzellik, kozmetik/estetik, diyet gibi endüstriler tarafından güzelleşmek zorunda olduğuna inandırılan kadınların, güzelleşemediği takdirde mutsuz olacaklarına dair toplumda yerleşen inancı dile getirirken, çoğunluğun görüşü gibi, medyadaki rol modellerin toplumu olumsuz yönde etkilediğini dile getirmektedir:

“Kadınlar, 90’larda daha avangart, daha devrimci, daha sıra dışı kadınları kendilerine örnek aldılar. Alexandra Kollontai’yi Rosa Luksemburg’u, şunu, bunu gibi... Ondan sonra, bir anda hooop Sex & City! 90’larda kendilerine öyle yaşam kurmuş kadınlar, şimdi sil baştan,

⁸⁶ Kadını, “eksik kalmış erkek” olarak tanımlayan Aristoteles’tir (Kadın ve Felsefe söyleşisi, 2007).

çok daha muhafazakâr bir hayat kurmak zorunda hissediyorlar, çünkü endüstri tarafından [güzelleşmezlerse] çok mutsuz olacaklarına inandırılmış durumdalar” (F. U., 06 Mayıs 2011).

Medyada güzellik ikonu olarak sunulan kadınları eleştiren diğer iki katılımcı gibi bir başka katılımcı da çalışan, üreten, düşüneni okuyan, Türkan Saylan gibi kadınları örnek almanın gerekliliğini belirtmiştir. Moda ikonu kavramının anlamının Türkiye toplumunda bilinmediğini söyleyen Ü. F., öncelikle kavrama “*Kendi stilini oluşturmuş, bununla kişiliğini, dünya görüşünü yansıtan ve toplumun her kesimine örnek olandır*” (Ü. F., 10 Ocak 2012) tanımıyla açıklık getirmiştir. Moda ikonunun topluma örnek olan bir kişilik özelliğine sahip olması sebebiyle medyada bu özellikleri taşıyan bir moda ikonu göremediğini açıklamıştır. Benzer bir görüş başka bir katılımcı tarafından dile getirilmiş, Türkiye’de ikonlaştırılan kişilerin “güzel ve boş” kadın imajını pekiştirdiğini ve bu sebeple de topluma kötü örnek olduklarını açıklamıştır. Ayrıca katılımcı bu medyatik ikonları, kişilik gelişimine, eğitime, zarafete, bilgiye ve akıl değerlerine ihtiyaç duymadan sadece güzelliği ile bütün kapıların açılacağı inancını yaydıkları için eleştirmektedir. Katılımcıya göre medya ikonları kadınlara hem mutlu bir evlilik için namuslu yaşam dersi, hem de özgürce cinsel deneyim yaşama hakkı gibi çelişkili mesajlar vermekte ve bu sebeple gençlerin kafasını karıştırmaktadırlar:

“(…) bu ikonlar, [ikon]canlar her neyse çok fazla göz önündeler ve güzelliklerini, ‘güzellik eşittir para kazanmak’ olarak tarif ediyorlar. ‘Güzelim, şımarığım, canım ne isterse yaparım ve bu paraya dönüşür’ mesajını veriyorlar. Kadın güzelse, erkek de yakışıklıysa her şeyi yapabilir, bütün kapılar açık gibi... Kendini geliştirmeye, eğitime, zarafete, bilgiye, hiçbir şeye ihtiyaç duymadan, sırf güzellikle olabirmiş duygusu veriyorlar. (...) Bir de kadınlık konusunda çok yanlış mesajlar veriyorlar. Hem çok özgür bir cinsel deneyim yaşayan, hem de evlenir evlenmez Türk kadının yeri kocasının yanındır diye, tam tersi bir mesaj veriyorlar. Bu zıt şeyler, zaten kafa karışıklığı olan bu ülkede ve gençler arasında onların hayatını zorlaştırıyor. ‘Ben ne yapsam para kazanıyorum, sen de beni taklit edersen, böyle olabilirsin’ mesajı veriyorlar. Özgür mü, muhafazakâr mı belli değil!” (O. Ş. 10 Şubat 2012).

Araştırma grubunun çoğunluğu, kadınların medyadaki olumsuz imajında; yani kadınların salt görünüşünden oluşan imajında, kadınların da payının olduğunu savunmuştur. Bu bağlamda bir katılımcı, medyada Venüs heykelleri gibi gösterilen Hollywood ünlülerinin, orijinal heykellerin aksine, bir hikâyesinin olmadığını belirtmiştir. Katılımcı, insanların aynı uyuşturucu bağımlısı gibi görünüşe bağımlı hale gelmesi konusunda, diğer tüm katılımcıların değindiği üzere, medyadaki kadın temsilinin toplumsal

sorunlara yol açtığını yorumlamaktadır. Bir başka katılımcıya göre bu dayatma rol modellerin, özellikle gençler üzerindeki zararı çok büyük ölçüdedir. Tesettürlü bu katılımcı, mutluluğu güzellik paketinin içinde arayan kadınların, özellikle genç kadınların üzerinde çok yıpratıcı sonuçlar doğurduğunu düşünmektedir. Mutluluğun ya da duygusal tatminin güzellik paketine bağlı olduğu algısından dolayı kadınların, karşı cinse güzel görünebilmek için çaba sarf ettiğini, ne var ki bu kadınların sonunda iyi görünen bir pastaya dönüştüğünü şu sözlerle dile getirmektedir:

“İnsanların duygusal, hatta iş yaşamındaki başarısı, mutluluğu ya da tatmini güzellik paketine bitişik olarak kurgulandığı için bu paket artık kadınların her yaş dönemini ilgilendiren bir hale dönüşüyor. Genç ise sevgili bulmak, beğenilmek, mutlu bir evlilik yapabilmek, evli bir kadın ise kocasını elinde tutabilmek, boşanmış dul bir kadın için ise yeni seçeneklere yelken açabilmek, hep ama hep güzellik ile ilgili çıtaları yakalamakla mümkün olan bir dizi reçeteye bağlanıyor. Karşı cinsin zihninde güzelliğe ilişkin bir resim oluşturabilmeye o kadar çok zaman ve mesai harcıyor ki, güzel süslenmiş, iyi görünen lezzetsiz pastalara dönüşüyor kadınlar” (O. C. L., 19 Eylül 2011).

Medya alanında çalışan bir katılımcı da, çoğunluğun ifade ettiği biçimde medyada kadın temsillerinin olumsuz sonuçlarını irdelemektedir. Katılımcıya göre var olan sorun, “çıplak kadın” polemiğinden daha derindir. Yazılı veya sözlü mecralarda kadınlarla özdeşleştirilen sözcüklerin dahi kadını aşağılayan bir amaca hizmet ettiğine değinen katılımcı, bu bağlamda zihinlerde yer eden etiketlerin değişmesi gerektiğinden bahsetmektedir. Görüşlerine örnek olarak, bir gazete haberinde ölü ele geçirilen PKK’lı bir kadın için, hem militan, hem de dişi kelimelerinin kullanılmasını, kadınları aşağılayıcı bir bakış açısının söylemi olduğu için eleştirmektedir. Dişiliğin, dişi köpek gibi, pejoratif (aşağılayıcı) anlamda kullanılmasından duyduğu rahatsızlığı dile getirmekte, kadınlara ithafen sözcüklerle yaratılan bu ideolojiyi her gün yeniden inşa ettiğimizin altını çizmektedir. Bu sebeple kadının medyada yanlış temsil edilmesi sorununu, yalnız “çıplak kadın” ya da “sarışın kadın” gibi kadın imgeleriyle değerlendirmenin sığ bir bakış açısı olacağını açıklamaktadır. “Kadınlık bilinci” denilen bir kavramdan söz eden katılımcı, bir kadının bu bilince ulaşmadan yaşamı algılayamayacağını, değil kadınları temsil etmek, varlığını dahi sorgulayamayacağını açıklamaktadır:

“Bizim işimiz zaten, sözcüklerle bir ideoloji inşa etmekse, bunu her gün yeniden çok tehlikeli ve vahim biçimlerde yapıyoruz. Yani mesele sırf çıplak kadın resmi meselesi değil; çok daha derinde, zihinlerde ayıklanmayı bekleyen, ama maalesef ayıklanması hem çok zor, hem de giderek Türkiye üzerinde zorlaşan böyle bir zihin etiketleri var. (...)”

Kadınlık bilinci denilen bir mesele var, bu benim kafamda da büyük ölçüde net bir meseledir bu. Buna sahip olmadan, hayatı, siyaseti, kendi varlığını sorgulayamazsınız, anlayamazsınız, davranamazsınız (B .B., 4 Mayıs 2011).

Bu katılımcı gibi kadının medyada sadece bedene indirgenen imajından oldukça rahatsızlık duyan bir diğer katılımcı, kadınların başka yeteneklerinin öne çıkarılması gerektiğini önermektedir. Erkek bakışıyla belirlenen bu imaja ne yazık ki bazı kadınların da aynı perspektiften baktığını dile getirmiştir. Medya ikonları konusunda Madonna'yı örnek gösteren katılımcı, sanatçının yalnız şekil olarak taklit edildiğini, ancak toplumsal ya da siyasal konularda mesaj taşıyacak nitelikteki çalışmalarının örnek alınmadığını hatırlatmaktadır: “*Örneğin Madonna'yı sadece şekil olarak taklit ediyoruz, oysa Madonna, Bush'u eleştiren klipler de çekmişti*”. Televizyonda dönen müzik kliplerinde kadın bedeninin teşhir edilmesini eleştirirken, sadece popo görüntülerinin sergilenmesinin altında dahi Amerikan emperyalizminin yattığını şu cümle ile özetlemiştir: “*Maalesef hepimiz güce tapıyoruz*” (S. V., 10 Şubat 2012).

Aynı şekilde bir başka katılımcı da kadınların sadece medyada değil, diğer iletişim araçlarında da erkek zihniyetinin bir ürünü olarak olumsuz biçimde temsil edildiğine değinmektedir. Medyayı bir projeksiyon olarak değerlendiren katılımcı, medyanın belirli kuralları olduğunu da hatırlatmaktadır. Bu bağlamda kadın gazetecilerin sayısının az oluşunu bir yana bırakarak, medyada yer bulan haber ya da yazıların kaçının kadına yönelik bir duyarlılık taşıdığını sorgulamaktadır. Bu bağlamda özgür kadınların simgesi olarak gösterilen popüler bir kadın gazeteciyi de erkek bakışının bir yansıması olarak eleştirmektedir. Arzu nesnesi, erkek hazzını kamçılayan bir dişi figür olarak sunulan bu kadın gazeteci hakkındaki sözlerinin sonunda, böylesi kurgulanan bir kimlik ile kadını köleleştirme arasında bir bağ kurmaktadır:

“Medya, bir projeksiyondur ve onu yönetenlerin belirlediği kurallar geçerlidir. Bu yüzden mesela bir gazetede kaç kadın yazar ve muhabir olduğundan çok, kadın duyarlılığı taşıyan kaç haber kaç yazı kaleme alındığına bakarız... Vitrin değildir sadece tek ölçüt, yapılan işe ve içeriğine de bakmak gerekiyor. A. A. haberciliği mesela kadın özgürleşmesi görüntüsü verdiği halde oldukça eril bir panoptikon sunar bize. Arzu nesnesi olabildiği ve arzularını tatmin edebildiği ölçüde var olacağını sanan isteri, erkek hazzını kamçılayan bir tarz kurar ve bunun özgürlükle değil tam tersine belki köleşmeyle bağını kurmak mümkündür” (Ş. F., 27 Aralık 2011).

Ortak görüşlerde olduğu gibi kadınların medyada bedene indirgenen imajından rahatsızlık duyan bir başka katılımcı, konuya bilimsel araştırma sonuçları üzerinden bir yorum getirmiştir. Bu bağlamda Uluslararası Medya Takibi Projesi kapsamında, 1995 ve 2000 yıllarında Kadının İnsan Hakları Bilgi Belge Merkezi İstanbul İzleme Koordinatörü olarak medyada yer alan haberleri cinsiyetçilik açısından değerlendiren katılımcının bulguları önemlidir. Araştırma raporuna göre, dünyada aynı gün ve aynı saatte incelenen tüm medya haberlerinde, haber seçiminden sunumuna kadar, “medyanın evrensel olarak cinsiyetçi bir yaklaşım sergilediği” sonucuna varılmıştır:

“Çalışmada dünyada aynı gün, aynı saatte radyolar, gazeteler ve televizyonlar izlendi. Gördüklerimiz ve duyduklarımız hep aynıydı. Kadın, medyada nasıl kullanılıyor? Konuşan kadın olarak mı, çalışan kadın olarak mı görünüyor? Sonuçları çok ilginçti. Bütün dünyada benzer şeyler ortaya çıktı. Kadın daha çok genç ve yüz olarak kullanılıyor, bilgisine danışılan, fikir sorulan kadın olamıyor. Görüşlerine danışılanlar [başvurulanlar] daha çok erkek oluyor. Kadın belirli bir yaşa kadar yüzü ve bedeniyle meta olarak kullanılıyor. Dünya’da da, Türkiye’de de güzellik çok önemli. Kadınlar belli bir yaştan sonra yok oluyorlar. Yaş çok önemli, belli bir yaştan sonra kadınlara önem verilmiyor” (B. Ü., 05 Ekim 2011).

Benzer bir şekilde popüler medyanın “seksi” olarak tanımladığı rol modelleri ve sığ bulduğu popüler medyanın bakış açısını eleştiren bir diğer katılımcı, “*Benim söylediğim parametrelerde bilgisiyle, yeteneğiyle, kalbiyle, düşünceleriyle ve fiziğiyle ön plana çıkmış örnekler de var ve onların rol model olmasına hiçbir itirazım yok*” (Ç. Ş., 20 Şubat 2012) derken, kadınları nesneye indirgeyen medyadaki olumsuz kadın imgesine karşı, sadece bir katılımcı çözüm arayışında bulunmuştur. Bu katılımcı medyayı yok saymadan, cinsiyetçi bakıştan uzaklaşılmasını örgütleyerek bu sorunların aşılabileceğine dair bir açıklamada bulunmuştur. Kadının sadece fiziksel özelliğiyle ekranda var olmasını kadınlık değerinin düşmesi anlamında kullanmış, kişilik ve akıl değerlerinin önemini dile getirmiştir. Siyasi alanda aktif olarak çalışan bu katılımcı, kadının medyada salt görsellik dışında akıl, kişilik ve etik değerleriyle bir bütün olarak temsil edilmesi amacıyla, medyayı bu konuda duyarlı olmaya davet etmektedir:

“Medya önemli, kitle iletişim araçlarını yok sayarak, süreci yönetemeyiz. (...) Kadının cinsiyeti üzerindeki bakışı hep öne koyduğumuz zaman, biz hiçbir alanda kadının aklını kullanamayız. Hâlbuki kadın, aklıyla, kalbiyle, insanlığıyla, feraseti ve duygusal zekâsıyla bir bütün. Bir tek noktasını öne çıkardığınız zaman, bu, kadını aşağı çeken bir şey, o yüzden, medyanın bu konuda biraz daha hassas olması ve toplumsal dönüşümde, bizim o koyacağımız hedefte, bize biraz daha yardımcı olması gerekiyor” (G. T., 13 Aralık 2011).

Araştırma grubunun görüşleri sonucunda medyada görünüşüyle ön planda olan, akıl ve kişilik değerlerinin dışarıda bırakıldığı, sadece bedene indirgenen kadın imgesinde, kitle iletişim araçlarının önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından medyada görünümüyle ön planda olan, kadınları tüketime yönlendirilen rol modellerinin, moda ikonlarının, mankenlerin, ünlülerin ve kraliçelerin olumsuz bir kadın imajının sürdürülmesinde birer araç rolü üstlendiği dile getirilmiştir. Görüşülen kişiler, kişilik değerleri ön planda olan, üreten, toplumsal sorunlara duyarlı ve saygı uyandıran kadınlar dışında, medyada sıkça yer bulan ünlü kadınları, tüketimi arttırmaya araç ve tüketim nesnesi konumunda olmaları bağlamında eleştirmişlerdir. Bu bilgiler ışığında katılımcıların tamamı medyada yer bulan bu tip kadın imgesinin toplumu olumsuz etkilediği konusunda ortak bir görüşe varmıştır. Sonuç olarak kültürel, ekonomik ya da tarihsel olarak kurgulanmış medyadaki kadın imgesinde, erkeklerin olduğu kadar kadınların da payı olduğu görüşü belirlemekle birlikte, özellikle kadın katılımcıların önemli bir kısmı kadınların bilinçlenmesi gereğine değinmiş ve “kadınlık bilinci” anlayışını önermiştir.

5.5. Güzellik Endüstrisine Bakış: “Neden Estetik Cerrahi?”

Amerikan Plastik Cerrahi Derneği (ASPS)’ın Plastik Cerrahi İstatistikleri Raporuna göre 2010 yılında gerçekleşen ve yüzde 91 oranında kadınlara uygulanan kozmetik/estetik prosedürler bir yıl içinde yüzde beş oranında artarak toplam 13.1 milyon uygulama gerçekleşmiştir (*American Society of Plastic Surgeons Report, 2010*,). Uluslararası Estetik Plastik Cerrahlar Derneği (ISAPS) 2010 anketine göre, en fazla estetik/plastik prosedürü yapan 25 ülke içinde Amerika, Brezilya, Çin, Japonya ve Hindistan’dan sonra 12. sırada yer alan Türkiye’de 429.310 bin uygulama gerçekleşmiştir (*ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed, 2010:2*). Görüldüğü gibi kadınların güzelleşmek ve gençleşmek amacıyla tercih ettiği kozmetik/estetik cerrahi, her geçen yıl ekonomik bir değer olarak yükselmektedir. Bir başka açıdan kâr oranlarının dünya genelinde büyümesi, kadınların bedenleriyle hoşnutsuz ve takıntılı bir ilişki kurduğu anlamına da gelmektedir.

Abigail Brooks’un “Bıçak Altında Olmak ve Bununa Gururlanmak” (*Under the Knife and Proud of It - 2004*) adlı makalesinde, bazı feminist tartışmalarda yer alan, kozmetik cerrahinin zorlayıcı bir araç olarak çalıştığı iddiasına değinir. Bu iddiaya göre kozmetik cerrahi, açık ve örtülü biçimde kadını, “gençlik” ve “güzellik” ideallerine doğru

itmektedir. Dolayısıyla kadın bedenini üreme fonksiyonunun ötesine taşıyarak, bedeni pasifçe-kurbanlaştırılmış yeni bir kimlik aşamasına getirir (Brooks, 2004:209). Katılımcıların çoğu, kadının bilinçli tercihiymiş gibi sunulan kozmetik cerrahinin, aslında bir dayatma olduğunu belirtmişlerdir ki, “Medikal Kozmetik Cerrahi ve Seçim Çelişkileri İçinde Beden Olarak Kadın ve Marka Sunumu” (*Women the Body and Brand Extention in Medicine Cosmetic Surgery and the Paradox of Choice* - 1996) başlıklı makalesinde Rosmary Gillespie, bunun bireysel seçim olmanın ötesinde, kültürel normların bir tuzağa düşürümü ve sosyal ve kültürel olarak kurgulanmış bir seçim olduğunu belirtmektedir (Gillespie, 1996:79). Bu bilgilerden hareketle, kadınların yüzlerini ya da bedenlerini, dolayısıyla kimliklerini değiştirmek için estetik müdahaleyi tercih etmelerinin kültürel, ekonomik ya da psikolojik nedenlerini öğrenmek amacıyla katılımcılara, “*Sizce kadınlar güzelleşmek uğruna neden bunca acıya katlanıyor?*” sorusunu yönelttim.

Kozmetik/estetik cerrahi ile kültür arasındaki ilişkiye değinen katılımcılar arasından bir tanesi, hem her kadının güzel olmayı önemseydiği bir ortamda yaşayan bir birey olarak, hem de güzellik baskısının farkına varan ve bundan sıkıntı duyan bir kadın olarak sorunun çelişkili yapısını gözler önüne sermiştir. Bakımlı olmak için belli sınırlarda yapılan bir estetik uygulamaya karşı olmadığını açıklarken, yine de güzellik yargısının katılığına sitem etmektedir. Katılımcı, çağımızın “güzellik dayatması”na kayıtsız kalamadığını açıklamış olmakla, bir anlamda kültürel ve politik eylem, söylem ya da pratiklerin içselleştirildiğine de dikkat çekmektedir:

“Bir ölçüde bakımlı olmanın, kendini iyi hissetmenin, zararı yok. Kendimle çelişiyorum gibi gelebilir, ama bize dayatılan kavramların çok da dışında durabilmeyi başarabildiğimi söylememem. Kendinizi bir şekilde korumaya çalışıyorsunuz, ama sonuçta eninde sonunda bir kadınsınız ve bu çağda ve bu ortamda yaşıyorsunuz. Size dayatılan şeylere ne kadar direnirseniz direnin, iyi ve sağlıklı görünmeye çalışıyorsunuz. Sürekli [güzellik ve gençlik ideolojilerinden bahsetmektedir] yargılanıyoruz ve bu büyük bir haksızlık” (A. Ö., 11 Ocak 2012).

Güzellik yargısını, “güzellik hiyerarşisi” kavramını temel alarak açıklayan Edmonds (2008), çekiciliğin, sosyal hiyerarşiyi devreden çıkardığına değinir. Oldukça açık bir biçimde, *habitusu* kendilerine verilmiş imtiyazlar sarsa bile, sosyal olarak baskın olanların her zaman güzel görünenler olmadığını belirtir. Güzellik hiyerarşisinin her zaman ekonomik olanı yansıtmadığını; estetik ve güzelliğin, bir değer özü yapan diğer sosyal pozisyon skalaları arasında fark edilir bir boşluk olduğunu açıklar. Edmonds bu noktada

Bourdieu'nün yazılarında “*distinction*” olarak geçen ve ayırt edici özellik olarak kaydedebileceğimiz kavramı kullanarak, beden, tartışmasızca sınıf beğenisinin maddeleştirilmesine tekabül ettiğini, bu beğenin beden duruşundan yeme alışkanlıklarına kadar her şeyi belirleyerek, bedeni kesin olarak şekillendirdiğini belirtilir. Gerçekte, ilginç bir şekilde Bourdieu fiziksel güzelliği, beden üzerinden tartışırken bedenin sosyal hiyerarşi içindeki “sahipleri”nin pozisyonlarına göre uyumsallaştığını ve bedenlerin böyle algılanmaları gerektiğini önerir. (Edmonds, 2008:158) Dolayısıyla güzellik yargıları, sosyal hiyerarşi içinde şekillenen bedenin bir nevi dışarıdan, belli bir sınıfsal zevki ya da beğeniyi yansıtmaya derecesi ile de bağintılandırılabilir.

Güzellik arayışının aslında doğal bir yanı olduğu, ancak bunun belirli sınıfsal-beğeni standartları verilerek bir dayatmaya dönüşmesini, kapitalizm ile ilişkilendiren katılımcılara göre bu süreç bir savaşa benzetilmiştir. Erkek egemenliğinin kapitalizm ile işbirliğine değinen katılımcılar, kuralların tam da bu kapitalist-sınıfsal-beğeni alanı içinde belirlendiğinin altını çizmektedirler. Bu konuda görüş bildiren katılımcılardan biri, güzellik tutkusunu tüketimin bir politikası olarak değerlendirirken, aynı sistemin gereği olarak kadınlar arasında yaratılan rekabet duygusundan bahsetmektedir. Özellikle görsel sanatlar alanında çalışan kadınlar için 50 yaşından sonra yaşamın zorlaştığına değinen katılımcı, tüketim ekonomisi tarafından yaratıldığını dile getirdiği güzellik ve gençlik dayatmalarından da bahsetmektedir. Bu bağlamda katılımcı, erkek egemen sistemin konumlandığı böylesi bir ideal kadın imajında, “50 yaşından sonra kadınların işinin bittiği” şeklinde toplumda görülen yaygın bir inanca da dikkat çekmektedir. Bunun Hollywood’da bile böyle olduğuna değinen katılımcı, güzellik ve gençliğini sürdüremeyen kadınlar için yaşam hakkı tanınmadığını eleştirmektedir.

“Erkek egemen sistemin kadını görmek istediği bir yer var. Kararları onlar veriyor, kuralları onlar koyuyor. Diyor ki ‘Kadın dediğin şöyle olur, 50 yaşından sonra öldün, bittin’. Hollywood da bile tartışılan bir konu, 50 yaşındaki kadına rol verilecek mi, paraları düşürülecek mi? Orada bir sanayi var, o çarkı döndürenler güzel kadınlar, güzel erkekler. Sana bu sistem bir çerçeve çiziyor, ‘sen busun, böyle kal’ ve kadınlar da o çerçevenin içine girmek için uğraşıyorlar. Çünkü o çerçevenin dışında kalırsa, hayat hakkı yok. Hayat hakkı tabii ki var, ama savaşarak var” (D. B., 21 Aralık 2011).

Diğer katılımcılar gibi bir başka katılımcı da kadınlar arasında güzellik rekabeti olduğunu düşünmekte, bu görüşünü “*Şimdi kıskançlık ekranlara taşıyor, hanımlar erkek küfürleri ediyor*” sözleriyle dile getirmektedir. Bunun neden böyle olduğu sorusuna ise

“*Güzel olan vardır, güzel olmayan başının çaresine baksın’ diye bir mit yaratıldı. Güzel olmayan ölsün daha iyi*” (I. I., 26 Aralık 2011) cevabını vermektedir. Katılımcının mit olarak açıkladığı olgu, güzellik hiyerarşisine bağlı olarak güzelin üstünlüğünü açıklarken, diğerlerinin sosyal ortamlarda geri planda bırakıldığı biçiminde yorumlanabilir. Aynı şekilde bir diğer katılımcı da bir anlamda güzellik hiyerarşisinin ne derece baskın olduğunu, 50 yaşındaki kadınların, değil medyada, bilim alanında dahi ciddiye alınmalarının zor olduğuna dair bir anekdot ile örneklendirmektedir. Katılımcı, gergin bir yüze sahip olmayan kadınların bilgi sahibi olsalar dahi değer görmediğinin üzüntüsünü ve endişesini taşıdığını sıklıkla tekrarlamıştır. Kendi deneyimlerine göre kadınların belli bir yaştan sonra statüsünün düşmesini evrensel bir sorun olarak görmektedir. Çünkü anlattığı anekdotta, AB ile ilgili bir projenin toplantısında söz hakkı isteyen yaşlı katılımcı yerine iki genç kadınla ilgilenen İngiliz eğitmenin takındığı tavrı son derece üzücü bulan katılımcı, o günden bu yana zihninden şu soruyu atamadığı dile getirmektedir: “*Acaba kadınlar, belli bir yaştan sonra hiç mi ortalıkta dolaşmayacaklar?*”. Sorunun evrensel olması sebebiyle üzerinde düşünülmesi gerektiğini ifade etmektedir:

“Bunu yapan da bir İngiliz, Türk erkeği değil. Demek ki kadının, ne olursa olsun belli konumlarda, belli ortamlarda cildinin, biraz daha gergin olması gerekiyor. Bizim karşılaşacağımız sorunlardan birisi bu olabilir. Beni konuşma yapmam için, bir sürü yerlere davet ediyorlar. Ben eminim ki bir beş yıl sonra, aynı pozisyonda da olsam, beni bu kadar çok çağırmayacaklarını düşünüyorum. Bir kadın olarak çok üzüldüm” (I. Z., 13 Aralık 2011).

Yaş almaya başlayan insanın, gençleşme çabası olmasını normal bir süreç olarak değerlendiren bir başka katılımcı, bu endişenin yararlı tercihlere yönelimle dengede tutulabileceğini önermiştir. Güzelleşmek için fiziksel yapının sağlıklı yaşam, bakım ve sporla desteklenmesi gerektiğini belirten katılımcı, sporun sadece fiziksel değil, ruhsal gelişime de katkısı olduğunu hatırlatmaktadır. Kadınlardaki güzelleşme ve gençleşme kaygısını kendinde de deneyimleyen katılımcı, basketbol ve tenis oynayarak zinde kalmayı tercih ettiğini açıklamaktadır. Sadece dış görünüşü kozmetik/estetik yollarla iyileştirmeye çalışmak yerine, hem fiziksel, hem de ruhsal ve psikolojik yararları bakımında sporun tercih edilmesi gerektiğini tavsiye etmektedir. Cinsiyet dönüşüm ameliyatı geçirmiş olduğunu dile getiren katılımcı yaşamında spor olmasaydı bugün belki de çok farklı noktalarda olabileceğini söylemektedir:

“Bence spor sadece fiziksel anlamda değil, ruhsal anlamda da yüzde yüz şart diye düşünüyorum. Spor, hem deşarj eder, enerjini harcarsın,

hem de spor çevresinde kötü arkadaşın olmaz, sigara içemezsin, antrenörün kızar, uyuşturucu kullanamazsın, [çünkü] takımdan atılırsın, kısacası yaşamına dikkat edersin. Ben basketbola çok şey borçluyum. Hem çocukluğumda, hem geçiş dönemimde bana çok faydası oldu. Ben sporun içinde olmasaydım, iyi arkadaşlarım olmasaydı, çok kötü yollara düşebilirdim. Kötü arkadaşlıklarım olabilirdi, ama spor ortamında kötü şeylere yer yok” (M. D., 22 Ağustos 2011).

Güzelleşme tutkusunun nedenini tıpkı varsıl bir erkeğin sahip olduğu güce dayandırarak konuyu farklı açıdan değerlendiren bir katılımcı, kadınların böylesi bir iktidarı ele geçirme arzusuyla estetik cerrahiye yöneldiği düşünmektedir. Aslında bir önceki bölümde diğer katılımcıların ifade ettiği şekilde, bu eylemin sebebini de psikolojik olarak “eksiklik” duygusuna bağlamaktadır. Güzelliğin bir güç olarak görülmesi sebebiyle kadınların ona ulaşma çabasını, “*Tartışmasız böyle bir şey bu, dolayısıyla iktidar cazip bir şey. Bir defa herkes iktidar sahibi olmak istiyor ve iktidara erişmek için ellerinden geleni, ardına koymuyorlar. Bunun için de acı çekmeyi göze alıyorlar, bu çok doğal*” (O. Ç., 25 Ağustos 2011) şeklinde açıklamaktadır. Estetik cerrahiye yönelik herhangi bir önyargı beslemeyen katılımcı, kadınların bilinçsizce estetik ameliyat yaptırmalarına karşı olduğu görüşünde bulunmuştur. İdeal güzelliğe sahip olmak adına, sağlığını ve yaşam konforunu riske atan kadınları anlamakta güçlük çeken katılımcı, bir arkadaşının yaptırdığı estetik operasyon ve sonrası yaşadığı sorunlardan bahsetmiştir. 50’li yaşlarda olan arkadaşının güzelleşmek uğruna yaşadığı sıkıntıları, eksiklik duygusuyla yorumlayan katılımcıya göre, kadınların hissettiği bu eksiklik duygusu estetik cerrahi ile kapatılamayacak boyuttadır:

“Bu besbelli bir eksiklikten gelen bir şey! Kadının hayatında doldurmak istediği bir eksiklik var ve hiçbir zaman bu operasyon o eksikliği doldurmayacaktır, dolduramaz. O eksiklik aslında, içindeki, yaşamındaki bir eksiklik. Yaşamdan gelen bir şey!” (O. Ç., 25 Ağustos 2011).

Aynı bir önceki katılımcı gibi estetik cerrahiye hiç karşı olmadığını belirtmesine rağmen, bir kadının farklı yollarla da güzelleşmesinin mümkün olabileceğini anlatan başka bir görüşülen, bununla ilişkili olarak insanın kişiliğinde bulunan güzelliklere değinmiştir. İnsanın kendisini zamanla tanıdığını, duruş, tavır ve yaşama bakışıyla bütünsel bir güzelliğin yaratılabileceğinden bahsetmiştir. Buna bir örnek olarak gençlik yıllarında beğendiği kişilere mektup yazarak flört başlatabildiğini anlatmış, sözleriyle ilişkilerde aranan şeyin sadece fiziksel güzellik olmadığını altını çizerek, yetenek gibi insanın kendinde keşfettiği kişilik özelliklerinin önemine de değinmiştir. Katılımcının görüşleri, yaşamın içinde var olan ve kişiye değer katan “anlam” duygusunda yoğunlaşmaktadır:

“Şimdi hatırlıyorum, mesela baştan çıkarmak istediğim erkeklere mektuplar yazardım, çok güzel mektuplar falan. Bundan da sonuç alırdım; yani sonuç alınan bir şeydir bu. Bu kadar derin, bu kadar anlamlı şeyler yazabilen biri ilgi çeker her zaman. Tabii insan kendi güzelliklerini ve kendini de zamanla tanıyor” (J. B., 18 Mayıs 2011).

Sonuç olarak bu bölümde soruyu yanıtlayan katılımcılar tarafından estetik cerrahi yargılanamamış, ancak kadınları bu yönetime iten sebepler tartışılmıştır. Görüşülen kişilerin çoğunluğunca kapitalist ekonominin tüketime yönelik kadınlara dayattığı güzellik ve gençlik baskıları eleştirilmiştir. Belirtilen görüşlerdeki ortak nokta, güzellik hiyerarşisinin kadınlarda rekabet duygusu yarattığı, bu duygunun kültür tarihi boyunca kadın sorununun temeline atılan eksiklik, yetersizlik, ikincillik gibi duyguları beslediği yönünde olmuştur. Her soruda beliren güzellik baskısının kadınları ticari bir nesneye dönüştürdüğü gerçeği bu bölümde katılımcıların önemli bir kısmı tarafından bir kez daha yinelenmiştir. Kadın katılımcıların sözünü ettiği, kadınları 50 yaşında değersizleştiren toplumsal baskı ya da dayatma, erkek egemenliğinin ve tüketim ekonomisinin ürettiği ortak bir ideoloji olarak tanımlanmıştır. Bu bölümde beliren sorulara cevap niteliğinde, “*Kadınlar bu baskıdan kurtulabilir mi?*” ya da “*50 yaşına gelen bir kadın güzel bulunamaz mı?*” gibi sorular, araştırma grubu tarafından bir sonraki bölümde tartışılmıştır.

5.6. 50 Yaşın Güzelliği ve “Kadınlık Bilinci”

Yaklaşık 50 yaşındaki kadınlarda görüldüğü kabul edilen menopozun, kadınları salt üreme ile ilişkilendiren erkek egemen toplumlardaki kadınlarda korku ve bunalıma yol açtığı tartışılmaktadır. Uzmanlar menopozun bir hastalık, yaşlılık, cinsel işlev bozukluğu ya da kadınlık yitimi olmadığını, yaşanan sorunların psikolojik ve toplumsal boyutlarının daha büyük olduğunu dile getirmektedirler (Fıçıoğlu, 2012). Tıpkı ergenlik gibi menopoz da cinsiyetçi toplumsallaşma sonucu “eşiksel bir evre”⁸⁷ olarak görünür kılınmakta ve sıkıntılı bir dönem olarak geçirilmektedir. Heather E. Dillaway menopoz, üreme ve kadınlık arasındaki ilişkinin kültürelliği ile ilgili çalışma eksikliği olduğunu vurgularken, görüşmelerinden yansıyan ifadeye göre genel olarak bu sürecin “kadınlığın kaybı” olarak algılandığını belirtir. Feminist *gerontologların* (yaşlılık hastalıkları uzmanı) aynı zamanda bir yaşlanma deneyimi olarak kavransa da bu dönemi, bir anlamda kadının yeni seçimler, kimlikler ve yaşamın cinsiyetlendirilmemiş aşaması olarak yorumladıklarını vurgularlar (Dillaway, 2005:400).

⁸⁷ *Liminality* (eşik evresi): Varoluş aşamalarının arasındaki belirsiz durum (Emiroğlu & Aydın, 2003:555).

Dillaway, kadının yaşlanma kimliğini tam anlamıyla keşfinin, ona sürece pozitif anlamlar kazandırmakta olduğunu ve bunun menopoz deneyimlerini daha anlaşılır hale getirdiğini düşünmektedir. Bulgularında menopoz, kadınlar tarafından özgürlük, seçim ve yeterlik olarak değerlendirilirken, gerçek anlamda yaşlanma süreci yaşamda sınırlanma, seçim eksikliği ve yeteneklerin kaybı olarak yorumlanmaktadır. Bu bağlamda Dillaway, bazı kadınların menopozu “iyi yaşlanma”, yaşlanma sürecinin kendisini ise “kötü yaşlanma” olarak kabul ettiğini açıklar. Bu durumda menopoza pozitif bir bakış geliştirilebilmekle birlikte, yaşlanma olarak tanımlanan bir süreç için negatif bir bakış açısının hâkim olduğunu sorgular (Dillaway, 2005:411). Dillaway’ın bulgularına benzer bir biçimde katılımcıların da birçoğu menopoz süreci hakkında pozitif yorumlarda bulunurken, bilhassa menopoz sonrası kadın özgürleşimi, cinsel yaşamda rahatlık gibi yorumlarla ifadelendirmişlerdir. Kaldı ki yaşlanma süreçleri konusunda kişinin bakış açısının ve toplumsal beklentilerin bu dönemi belirlediğini anlatmışlardır. Özellikle menopoz dönemi bir yaş olan 50’lili yaşlar için güzelliği gençlikle bağdaştıran görüşlerin aksine, bu yaşlarda da kadının güzelleşebilmesinin mümkün olduğunu ifade etmişlerdir.

Genel kanının aksine kadın beyni menopoza girdiğinde emekli olmaya hazır olmadığı gibi birçok kadın yaşamının zirvesinde olmakla birlikte, 50’lili yaşlarda görülen boşanmaların, erkeklerin menopozdaki eşlerini bırakıp genç, güzel ve doğurgan bir partner bulmaya yönelmesi sebebiyle değil, yüzde 65 oranında kadınlar tarafından talep edilmesi sonucu gerçekleştiği iddia edilir (Brizendine, [2007] 2008, 193-197). Kültürel bir sorun olarak güzelliğin 50 ve üstü yaşlarda nasıl algılandığını, güzellik ve gençlik ideolojileriyle nasıl baş edildiğini ya da neler yapılması gerektiğini öğrenmek amacıyla 50 yaşın üstündeki erkek ve kadınlara, *“Kişiliğini geliştiren ve öğrenmeye hep açık olan 50 yaşındaki bir kadın menopozla birlikte cinsiyetçi baskıdan uzaklaştığı için önce özgürleşiyor, sonra güzelleşiyor olabilir mi?”* ifadesi konusundaki düşüncelerini sordum.

Katılımcılar arasında 50 yaşın altında kalanlar dışındakilerin tümü bu soruyu olumlu yönde yanıtlamışlardır. Menopoz dönemini atlatmış olan bu katılımcılardan biri, diğer görüşlerde olduğu gibi yaş almanın birikim ve deneyim kazandırdığını ve kendini çevresine ispatlamaya çalışan insanın, ancak bu yaşlarda rahatlayabileceğini dile getirmiştir:

“Ben şu an en sevdiğim yaşları yaşıyorum. Hakikatten çok farklı deneyimlerle kazanılan bütün tecrübelerin, birikimlerin bir arada zenginleştiği bir dönem. Tabii ki, günlük yaşamın getirdiği kaygılar var. Gençlikte olan kendini ispatlama ve orayı tırmanma hırsıyla çok çaba sarf ediyorsunuz. Bir yerden sonra çalışmanın kendisinin içindeki

zenginlikleri keşfediyorsunuz. Bu geline çok enteresan bir nokta oluyor. Bu güzelliğin değeri bambaşka oluyor”(H. Ö., 03 Temmuz 2011).

Bir diğer katılımcı da bilinçli, kendisi ve çevresiyle barışık olan kadınların güzelleşebileceğini, ancak bu tip kadınların 50 yaşının keyfini çıkarabileceğini ifade etmiştir. Katılımcı, tıpkı Dillaway’ın bulgularındaki gibi, 50’den sonra yaratılan ve olumsuz bir imajı olan yaşlılığın korkunç bir durum olmadığını, ancak o yaşlara gelindiğinde anlaşılabileceğinin altını çizmektedir. Sonunda ölüm denilen bir gerçekle yüze gelindiğini hatırlatmakta ve yaşamı huzurlu kılmanın yolunu bulmayı önermektedir. Yine “kadınlık bilinci”ne değinen sanatçı, bilincini olgunlaştırmayan kadınların, değil 50 yaşında, 30’lu yaşlarında dahi huzurlu olamayacağını altını çizmektedir:

“Tabii ki güzelleşir. (...) 50, 60 ya da 70 yaş, 30’ken baktığınız kadar korkunç değil. O döneme geldiğinizde, garip bir mekanizme işliyor beyninizde, ruhunuzda. Her şeyi kabulleniyoruz ve her şeyle barışıyoruz, yeter ki kendini bu barışmaya açık tut. Olayı çok büyütme ve bir hazırlığın olsun. Bu bilinç düzeyinde yapılacak bir hazırlık. Bilincini olgunlaştırmayan bir insanın değil 50’sinde, 30’unda bile huzuru bulma şansı yok” (A. Ö., 11 Ocak 2012).

Bir kadının yaşamında en verimli yaşların orta yaştan sonra olduğunu belirten farklı iki katılımcı, bu yaşlara gelene kadar kadının neyle ilgilendiğinin çok önemli olduğunu vurgulamışlardır. Çalışan, üreten, mutlu bir aile kuran ve en önemlisi sosyal sorumluluk görevi üstlenen kadınların değil 50, 80 yaşında dahi aynı hızda çalışabileceği ve böylesi bir bilince sahip bir kadının yaş alarak güzelleşebileceği konusundaki yorumlarıyla, ortak kanıyı paylaşmışlardır. 50 yaşındaki bir kadının güzelleşmesinin koşulunu kendisiyle barışık ve üretken olmasına dayandırarak, diğer katılımcılarla paralel bir görüş bildiren bir başka katılımcı da yaşlılık kavramını eleştirmiştir. Toplum tarafından yaş almış insanların üretkenliğinin anlaşılamamasına değinen katılımcı, insanların birbirlerine bakışında yaş faktörünün önemli olduğunu belirtmiştir. Bu yaştaki kadınların yaş statüsü sebebiyle ciddiye alınmadığını söylemiş, kendi yaşamından örnek göstererek, araba kullanılmasından dolayı yargılandığını ifade etmiştir. Kaldı ki dile yansıyan “anne, teyze, hanımanne” gibi cinsiyetçi sıfatlandırmalara ve yaşlılık ideolojisi nedeniyle toplumun dışlayıcı yaklaşımlarına maruz kalması sebebiyle duyduğu sıkıntıyı şöyle aktarmaktadır:

“(...) Belirli yaş bizim toplumumuzda çok önemli. Daha yüzüne bakarken hemen yaşını yorumluyorlar. Hemen anne, abla, teyze, hanımanne gibi isimler koyuyorlar. Nasıl anlıyorlarsa, bu bir yaş statüsü

oluyor. ‘Sen hala araba mı kullanıyorsun?’ bile denilebiliyor. Kadın kendi ile barışık ve yapacak işleri varsa bunları pek ciddiye almıyor. Bizde yaşlılara saygı sen evde oturduğun sürece var. ‘Sen evde otur, biz gelip elini öpelim, dışarı çıkma, bir şeye de karışma’ diyerek kendimizden vazgeçmemiz isteniyor” (B. Ü., 5 Ekim 2011).

Toplumumuzda kadınlarda olduğu gibi aslında erkekler için de yaşlılık kavramı “iş bitmişlik” sözüyle özdeşleştirilmektedir. Tıpkı cinsiyet, sınıf, din ya da ırk ayrımcılığı gibi yaş ayrımcılığı (*ageism*) da genellikle genelleştirilmiş kanılara ve günlük önyargılara dayanmakta ve kişileri sadece yaşlı oldukları için sistemli olarak bir ayrıma tâbi tutma ve kalıplara sokma süreci olarak ifade edilmektedir (Baybora, 2010:39). Dünya nüfusunun hızla yaşlanması, Türkiye’deyse ortalama ömrün 75’e yükselmesi (WHO, 2009), bu olumsuz anlayışın değiştirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Avrupa ve Amerika’da yasal düzenlenmelerle aşmaya çalışılan yaş ayrımcılığının olumsuz etkilerinin, en çok istihdam alanında belirgin olduğu yorumlanmaktadır (Baybora, 2010: 39). Görüşülenler tarafından da dile getirildiği üzere haksız yaş ayrımcılığının psikolojik etkileri sadece işgücü alanında değil, yaşamın her alanına yayılmış durumdadır. Kaldı ki her iki cinsi kapsayan yaş ayrımcılığı, yaşlı istismarı (anlamına da gelen *mobbing*) ve yaş hiyerarşisi toplumsal tahribata da yol açmaktadır.

Görüştüğüm kişiler arasında özellikle kadınlar, güzellik ve gençliğin yitimi sürecini doğal karşılayabilmek adına, yaş ayrımcılığına içkin, dilde bir yapılanmaya gidilmesi gerektiğini önermişlerdir. Bir katılımcı yaşlılık kavramı yerine, “yaş almak” kavramının kullanılmasını tartışırken, bir başkası ise, yaşlanmak yerine “demlenmek” kavramını gündeme getirmiştir. Yılların deneyimini, demlenmek sözcüğüyle betimleyen bu katılımcıya göre, gençlik ve güzellik birlikteliği adeta ters-yüz edilerek anlam değişikliğine uğratılmıştır. Katılımcı genç kadından ziyade olgun ve yaş almış bir kadının güzel olabileceğini tahayyül etmektedir. Macerayı dışarda değil, kendi iç yolculuğunda aramanın mutluluğuna değinen katılımcı, pazarlamanın ideolojik bir anlam yüklediği yaşlılık kavramı yerine, eski Türklerin kullandığı “*Kaç bahar gördün?*” (O. Ş., 10 Şubat 2012) deyişiyle, anlatımını zarifletirmektedir. Bu görüşü desteklercesine aynı şekilde bir başka katılımcı da Yunus Emre’nin “Her dem yeniden doğarız, bizden kim usanası” deyişine yer vererek “*Kadınların, dünyaya sürekli yeni şeyler söyleme özelliğine sahip olduklarına*” dair inancını paylaşmıştır. Her yaşın ayrı bir güzelliği olduğunu, ancak bu noktada bir “iç hesaplaşma” yapmanın zorunlu olduğunu önermektedir. Ne var ki bunu yapamayan,

yaşlılık ideolojilerinin eseri olmuş 50 yaşında bir kadının, güzellik ve gençlik kaygısıyla 20 yaşında görünme çabasını da kadınlığı inciten bir durum olarak değerlendirmektedir:

“Samimiyetle söylüyorum, ben ilk yüzümdeki çizgileri, saçımdaki akları görünce, önce bir ürpermişim. Sonra ‘bunlar senin yaşamışlığının örnekleri, delili, tanıklığı... Bu yüz senin yaşadıklarına tanıklık etmiş. O zaman sen, onları daha fazla sevmelisin’ diyerek, kendimle hesaplaşmışım ve bu bana çok iyi gelmişti. İnsanız gençliğin güzelliğini taşımak isteriz, fakat kadınlar için acı olan bir şey var. Her yaştan bir güzelliği var, ama her yaş kendi yaşının özelliğini taşımak şartıyla. 50 yaşındaki bir kadının, ki kapitalizm bunu yapıyor, 20 yaşında genç olmaya gayret göstererek, acıklı konumlara düşmesi, beni çok inciten bir durum. Ölüm diye bir hadise ile muhatabız. Bu dünya kalıcı bir dünya değil, onun için bu dünyada kalıcı bir yüzle kalmaya gerek yok. Kalıcı güzelliklerle adımızdan bahsettirmek önemli. Elbette ki kadın 50’den sonra çok daha güzelleşir; tecrübeleriyle, dinginliğiyle o kadar güzel şeyler yapabilir ki...” (C. J., 27 Eylül 2011).

Diğer katılımcılarla ortak görüşte olan bir katılımcı konuya marjinal sayılabilecek bir açıklama getirmiştir. Menopozun, kadınları özgürleştirdiğini açıklarken, özgürlüğü de cinselliği daha rahat yaşayabilmek anlamında kullanmıştır. Dillaway de, kendi görüşmelerinin bir bulgusu olarak benzer şekilde doğum kontrol yöntemlerinin kullanılması zorunluluğunun kadının istediği sıklıkta cinsellik yaşamasını sınırladığını, dolayısıyla menopozun bir ilişki özgürlüğü getirdiğini vurgular (Dillaway, 2005:407). Katılımcı Dillaway’ın vurgusunu paylaşmakla birlikte, güzelliğin, kadının iç dünyasına bağlı olduğunu ve güzellik tanımının nesnel ve objektif açıdan değişken olduğunu da anımsatmaktadır:

“Menopozun, kadınları özgürleştirdiğini düşünüyorum. Çok ciddi bir hormon değişikliği söz konusu olduğu için, özgürleştirdiğini düşünüyorum. O güzellik, baktığınız yere bağlı. Belki cinselliğinizi, daha rahat yaşarsınız. İç huzurunuzu sağladığınız sürece, o huzurun da, yüzünüze yansıtacağını düşünüyorum. Güzellikten ne anladığınıza bağlı” (Ç. B., 27 Aralık 2011).

Bir kadının 50’sinden sonra güzelleşebileceğini, ancak bunun yaşla bağdaştırmanın doğru olup olmadığını sorgulayan bir katılımcı, yine zihin-beden bütünlüğüne değinmektedir. Ataerkil sistemde yaşlılığın kadınlara erkeklere gösterildiği türden bir saygınlık getirdiğini açıklayan katılımcı, diğer katılımcılardan farklı olarak zihin-beden konusunda kadınları eleştirmektedir. Zihin ile bedenin birlikte gelişiminden yana olan bu katılımcı, kadınların menopoz sonrası bedeninden vazgeçtiği bir “öznellik ve bilinçlilik” arayışını yanıltıcı bulmaktadır. Tüketim ekonomisinin baskısını da unutmamak gerektiğini

belirterek, bundan sonraki neslin kadınları için işin daha zor olacağını öngörmektedir. Bu gibi sebeplerle yaşlılık güzellik ilişkisi yerine, bilgi birikimi ve tecrübe için belirli bir yaşa gelmiş olmanın önemini vurgulamaktadır. Böyle bir kadının 50’li yaşlara gelinceye kadar “kendini tanıma”ya yatırım yapması, birikimli olması koşuluyla güzellik ve yaş baskılarını yenebileceğini savunmaktadır:

“(…) kadınlar ataerkil toplumlarda, 40 yaşına kadar hiçbir şekilde - ağzında kuş tutsa- ciddiye alınmazlar. Çünkü bu ataerkil sistem hem cinsiyetçi, hem de yaşlı egemenliğinde bir sistemdir. Dolayısıyla yaşlılık size ‘erkek gibi’ bir saygınlık getirir. Menopoz sonrası kadınların, bedeni temsil etme konumuyla olan ilişkisi bu toplumun zihniyetinde kopuyor. Ancak o zaman belki zihni ve kişiliğiyle görünür olmaya başlıyor. Böyle bir şey var ve kadınlar da onu kullanırlar, ama bence önemli olan bedenden kopmadan zihin ve bedeni bir bütün olarak var edebilmek ve onunla bir bütün olabilmek! Menopozdan sonra zihin-beden ilişkisinde, bir taraftan bir tarafa geçmek gibi oluyor. Bedenin bastırılması yoluyla öznellik, bilinçlilik konumuna kavuşma. Ama bu yanıltıcı bir şey! Bir de tabii tüketimin baskısı inanılmaz derecede artıyor. Bundan sonra 50 yaşına gelecek olanlar için daha zor olacak. Dolayısıyla bu pek yaşla ilintili gibi gelmiyor bana, ama (...) birikim konusunda haklısın. O yaşa gelene kadar kendin olmaya çalışmak için çaba harcadıysan; yani yatırım yaptıysan tabii” (G. C., 12 Temmuz 2011).

Kadınların güzelleşmesinin bir anlamda “kadınlık bilinci” ile açıklayan pek çok katılımcıdan bir başkası, kadının özgürleşmesi, güzelleşmesi ve toplumda hak ettiği yere ulaşabilmesi için öncelikle düşünce tembelliğinden kurtulup kendini tanıması, kendi kimliğini sorgulaması ve haklarının farkındalığına vararak kendi kimliğiyle var olması gerektiğini belirtmektedir. Ülkemizde kadınının kendini var etme arayışına girmemesine ve bir erkeğin eşi konumunda kalmayı tercih etmesine eleştirel bir yaklaşım getiren bu katılımcı “kadınlık bilinci” için belli bir kimliğe sahip olunmasının önemini vurgulamaktadır. Bir erkeğin eşi statüsünde kalmayı tercih eden kadınların asla bir kimliği olamayacağını dile getirirken bir anlamda bir önceki katılımcı gibi kadınları eleştirmektedir:

“Türk kadını tembel, düşünce tembeli! Kendi kimliğini sorgulamak, düşünmek istemiyor. Kendisiyle tanışmak gibi bir derdi yok, çünkü onu tanıstırıyorlar. Kaymakamın eşi, savcı beyin eşi! Ondan sonra da biz Türkiye’de kadın haklarını konuşuruz. Kadın istiyor mu hakkını? Hakkının ne olduğunu, ne istemediğini biliyor mu? Hiç olmazsa ben savcı beyin eşi olmak istemiyorum desin!” (C. M., 11 Mayıs 2011).

Erkek katılımcılar da kadınlarla paralel görüşleri savunmuş, bu bağlamda güzelleşmenin; kişilik, üretim, akıl ve eğitim gibi ayrıcalıklı durumları olan kadınlar için

mümkün olduğunu dile getirmişlerdir. Katılımcılardan biri “şahsiyet”i vurgulamış olmakla birlikte şahsiyet güzelliği için 50 yaşını şart koşmamıştır. Konuya “*Şahsiyetin güzelliğinin açığa vurulmasıyla beraber biraz da kendine bakım artarsa tabii neden olmasın?*” (I. I., 26 Aralık 2011) sorusuyla olumlu bir görüş katarken; bir başkası “kadınlık bilinci”ne sahip bir kadının güzelleşmesinin yaşla ilgisi olmadığını ifade etmiştir: “*Tabii, hiç kuskusuz 60'ından sonra da güzelleşir. Yaşla alakası yoktur bunun*” (N. Z., 13 Eylül 2011).

Yaş almış, demlenmiş (olgunlaşmış) ya da pek çok bahar görmüş bir kadının yılların içinde güzelleşebileceğine “*50'den sonra olabilir. O kadar parlak ki defolar görünmüyor*” (I., P., 1 Aralık 2011) sözleriyle katılan bir katılımcı gibi, bir başkası da genel görüşle aynı fikirleri savunmuştur.

Bu bölümde araştırma kapsamında görüşülen kişilerin görüş ve deneyimleri üzerinden “50'sinden sonra bir kadının güzelleşebileceğinin mümkün olduğu” sonucu çıkartılabilir. Katılımcıların tamamı 50 yaş öncesi ya da sonrası güzellik anlayışını tıpkı klasik teoride anlatılan harmoniye dayanan, fiziksel, zihinsel ve kişilik ile birlikte bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmişlerdir. Ne var ki 50'sinden sonra kadınların “kendini tanıma”, “kendini bilme”, “yaşamı sorgulama” ya da bir “iç hesaplaşma” gibi evreleri tamamlamış ya da sorgulamış olması şartı öne çıkmaktadır. Katılımcıların görüşleri için denilebilir ki, bir kadında olması gereken tüm değerler, “kadınlık bilinci” gibi bir anlayış içinde değerlendirilebilir. Böylesi bir sorumluluk taşıyan, üreten, kendisiyle barışık ve gelişime her yaşta açık olan kadınların güzelleşebileceğinin bir anlamda göstergesi de çalışmaya katılan 50 yaş ve üstü kadınlar olmuştur.

5.7. Bir Eril İktidar Mücadelesi Olarak “Kadın Korkusu”

Çalışmanın “Güzellik ve Cinsiyet” başlıklı bölümünde, dirimbilimsel açıdan kadının, “ana olma” yetisinin tartışılmaz üstünlüğünün, erkeğin bilinçaltında analığa imrenme biçiminde görüldüğü ve erkeklerin kadınları küçümseme gereksiniminin kökeninde bir “kadın korkusu”⁸⁸ yattığını belirten Karen Horney’in, “*Bu bir nefret kılığına bürünen dölyolu korkusudur*” (Horney, 1998:60) sözlerine yer vermiştim. Ayrıca Domna C. Stanton’a göre erkeğin “kadın korkusu”, sevginin kaybından öte bir durumdur. Her iki cins de çocuklukta annenin iktidarına karşılık korku duyarlar ve direnç gösterirler. Erkeğin

⁸⁸ Mizojini: (*Misogyny*) Erkeklerde kadın düşmanlığı, nefreti anlamına gelen terimin kökeni Eski Yunancada “*miso*” (*missein*) nefret ve “*gyne*” kadın kelimelerine dayanmaktadır (Etimoloji Sözlüğü, 2013). Kadın korkusu psikoloji literatüründe jinefobi (*gynophobia*) olarak da geçmektedir.

onun iktidarına karşı korkulu duruşu, Horney'in "*fallus*'un üstünlüğü" dediği şeye denk düşmektedir (Stanton, 1981:118).

Erkeklik ve iktidar ilişkisinde "eril tahakküm" kavramını kullanan Bourdieu, "*fallus*"u eril tahakkümün temeli olan bir dünya görüşü olmaktan öte, cinsiyet ve toplumsal cinsiyet ilişkilerindeki ayrım, cinsel güce dayanan erkeklik, erkekliğe onursal bakış, cinsiyet ayrımının nesnel temeli olan bedensel farklar ve hiyerarşik cinsiyet esaslarından meydana gelen bir dünya görüşünün "*fallus*"u kurumsallaştırdığını ifade etmektedir (Bourdieu, 2001:22-23). Cinsel güç, cesaret ve onur gibi kavramlarla özdeşleştirilen erkekliği, paradoksal bulan Bourdieu, erkeklik gereği şiddet eğiliminde bulunulmasını ise, dişil olma korkusuna dayandırmaktadır. Bourdieu bu erkeklik paradoksunu sadece kadınlara yönelik olarak değil, erkek grupları içinde de tahakküm kurmaya çalışan erkeğin, zayıflığı temsil eden kadınlığa karşı duyduğu korkuyla açıklar (Bourdieu, 2001:51). Bu noktada eril hegemonyanın bilinçdışı boyutunu anlayabilmek amacıyla katılımcılara, Horney'in daha önce belirttiğim "*Eril tahakkümün altında, erkeklerde var olduğu iddia edilen bir kadın korkusu ya da iktidarı kaybetme korkusu yatıyor*" ifadesi hakkındaki kanaatlerini sordum.

Katılımcılardan iki kişi, böyle bir korkunun olduğuna inanmadıklarını söylemişlerdir. Farklı ikisi bu görüşü abartılı bulduklarını, bir başkası ise genetik olarak ispatlanabilirse inanabileceğini ifade etmiştir. Bir başka ikili araştırma yapmadıkları için böyle bir yargıya varamayacaklarını dile getirmiştir. İki kişi bu konuyu çok iyi bilmediklerini, bir diğeri hiç bu şekilde düşünmediğini, farklı iki kişi ise korku kavramının her iki cinste de olduğunu savunmuşlardır. Bir başka katılımcı, erkeklerde bir kadın korkusu olduğunu düşünmediğini, ancak erkeklerin kendilerine güveni olmadığını "*Erkeğin kendine güvensizliği, kompleksi, yetiştirilme şekli diyebilirim*" cümlesiyle ifade etmiştir. Bir katılımcı ise böyle bir söylemin Batı toplumlarında geçerli olduğunu, eşitlikçi bir toplumsal yapıdan gelmesi sebebiyle Türk toplumlarında, hala anaerkil yapının izlerinin sürdüğünü ve erkeklerde böyle bir korkunun olmadığını söylemiştir. Bunların dışında yedi katılımcıya bu soru sorulamamıştır.

Bulgular içinde yirmi kişi dışında kalan katılımcıların tamamı bir kadın korkusu olduğuna inandıklarını belirtmişlerdir. Sorudaki "korku" kelimesi yerine, farklı kelime kullanmış olan iki katılımcıdan biri, bu kelime yerine "kadın düşmanlığı" ifadesini kullanmıştır. Eril tahakkümün altında yatan kadın korkusunun nedenini düşmanlığa

bağlayan katılımcı, erkeklerin kadınları aşağılayarak güçlendiğine dair bir inanç beslediklerini düşünmektedir:

“Kadın korkusu değil, kadın düşmanlığı var. Kadın tahakkümü, aşağılayıcı önyargılar ve onları aşağılayarak kendilerini yüceltme mekanizması devam ediyor. Kadınları aşağılayamazlarsa kendilerini nasıl güçle var edecekler? Bu erkek varoluşuna ilişkin önemli bir algı. Kadın üzerinden güçlü erkek kimliği ortaya çıkıyor” (B. C., 12 Ocak 2012).

Kadın korkusunu, “iktidarı kaybetme” korkusu olarak yorumlayan bir başka katılımcı, iktidar kavramıyla kadın bedenini ve cinselliğini işaret etmiştir. Erkeğin, bu iktidar alanını kaybetmemek amacıyla kadını, tıpkı Mernissi’nin (2004) erkeklerin, cinsellikle ilgili olarak kadınları zayıf gördüğü ve denetim altına almaya çalıştığı vurgusunda olduğu gibi (bkz. s.202) katılımcı da kadınların “ikincil varlık” olarak tanımlandığını düşünmektedir. Kaldı ki ilahi metinlerin de bu amaç doğrultusunda çarpıtıldığını, moderniteye kadar ideolojik tüm sistemlerin de aynı amaca hizmet ettiğini açıklamaktadır:

“Kadın korkusundan ziyade iktidar alanını kaybetme korkusu. Erkekler dünyaya verili bir iktidar alanıyla doğuyor. Nedir o iktidar? Kadının bedeni, kimliği, cinselliği. Bu iktidar alanıyla ilgili avantajlarını kaybetmemek için ikinci adımda bu süreci entelektüalize ettiklerine tanık oluyoruz. Kadını, erkeğin hükümlarlığına ihtiyaç duyan varlıklar olarak tanımlıyorlar. Erkeğin aşkına, önderliğine vasil olma şansını (!) elde edememiş ya da bu şansı yitirmiş kadınları, yolunu kaybetmiş, erkekleşmiş, fitratından uzaklaşmış, mutsuz ve perişan insancıklar olarak tarif etmeye yelteniyorlar. Erkek, kendi iktidar alanını besleyecek şekilde kadını tanımlıyor. Hatta ilahi metinleri, geleneksel öğretileri bu yönde çarpıtıyor, sürekli kendine yontuyor. Ancak modern yaşam tarzı da farklı bir şey yapmadı. Modernite, kadını özgürleştiriyoruz derken sadece erkeklerin ve yöneticisi erkek olan şirketlerin ihtiyaçlarını gideriyordu” (O. C. L., 19 Eylül 2011).

Susan Carol Rogers “Kadınlık Formları Gücü ve Bir Baskın Erkek Miti: Yoksul Toplumda Kadınlık/Erkeklik İlişkileri” (*Female Forms Power and the Myth of Male Dominance: A Model of Female/Male Interaction in Peasant Society* - 1975) başlıklı çalışmasında, erkeğin otoriteyi tekelleştirme alışkanlığına vurgu yaparak bu otoritenin resmi politik kurumlar eşliğinde de yerini sağlamlaştırdığından bahseder. Rogers, eğer antropologlar resmi politik söylem ve süreçlere ilgilerini yoğun tutarlarsa, erkeğin açıkça baskın, kadının da göreceli olarak daha güçsüz çıkacağını ve bu baskınlık/boyun eğme dizgesi tekrarlandıkça, kadının da, erkeğin de, sanki “erkek daha baskın, karar verici,

kontrol edici” gibi davranacağını yorumlar. Bu da bana göre bir çeşit performativite’dir; yani tekrardan doğan akışkanlık ve kalıcılıktır. Erkeğin iktidar alanını ve baskınlığını her durumda kutsamaktadır.

Jacco Dieleman (1998) etnografik çalışması için Mısır’dan elde ettiği belge yazıtlarının, okuyucu ve yazar açısından nasıl performativite fonksiyonları olduğunu; yani metnin, okuyucuya nasıl bir davranışta bulunması gerektiğini salık verdiğini, belirli bir davranış şeklini öğrettiğini açıklar. Kadın açısından konuya yaklaşıldığında okuyucu, aile içinde, idarecilikte, arkadaşlıkta, mülkiyette nasıl davranacağını öğrenirken, “bir kadın şöyle davranmalı, o halde sen de şöyle davranmalısın” gibi öğütler alır ve bu sunum kadının karakterini ve davranış kalıplarını ortaya koyar. Ancak burada erkeğin ona önerilen davranışları performatif olarak düşünmediğini, fakat kadınlığın sunulunun tamamen performatif olarak düşünüldüğü şeklinde açıklar (Dieleman, 1998:9). Bunun anlamı, metinde kadınla ilgili yansıyanlar gerçeğe uygulanabilir. Böylece roller kurgulanmış olur. Metinden rol okuma ve kadının rollerinin erkeğin rollerine göre daha belirginleştirilmesi, gerçekte erkeğin yine baskın doğasının belirleyiciliğini göstermektedir.

Bu baskın ruha eşlik eden bir kadın korkusunun olabileceğine itiraz etmeyen ilahiyat eğitilmiş bir katılımcı, biraz düşündükten sonra genelleme yapmanın doğru olmayacağını ifade etmiştir. Din bilginine göre, iki cinsi rakip gören anlayış yerine, eşitlikçi, sevgiye dayanan bir kadın-erkek ilişkisi makbul olmalıdır. Kur’an-ı Kerim’de olduğunu söylediği bir bölüme atıfta bulunarak, kadının, erkekten üstün yaratıldığını şu sözlerle açıklamaktadır:

“Bunun bir payı olabilir, ama bunu genelleştirmek mümkün değil. (...) Batı dünyasında Kur’an gibi bir kitap olmadığından, feminizm doğmuştur. Feminizm kadını, erkeğin rakibi olarak görmüş. Kadınla erkeği rakip haline getirmeyeceksiniz, bu çok yanlış. Kadın, erkeğin hayat arkadaşıdır. Elmanın yarısı olarak görürseniz, farklı bakarsınız; kadını, erkeğin rakibi, düşmanı olarak görürseniz rakip yaparsınız. Kadını kadınlıktan çıkarırsınız. (...) Sevgi, eylemdir. Lafla olmaz. Ailedeki sevginin eylemi, fedakârlıktır. Erkek ve kadın fedakârlık yapmadan, sevgiyi yaşatamazlar. Kadını rakip olarak görürsen aile hayatını yaşatamazsın. Eşit haklara sahip olabilir, hatta kadın daha da fazla haklara sahip olabilir. Zaten Kur’an ‘Kadın, erkekten üstündür’ diyor. Onun daha fazla hakları var. (...) Allah, ‘Erkek, kadının yerini doldurmaz’ der. Kur’an’ı Kerim’de sorarsanız ‘Baba nerede?’, göremezsiniz, ama anneyi her yerde görürsünüz” (C. C., 12 Aralık 2011).

Kur'an'a dayandırdığı bu düşüncelerinin ardından katılımcıya, Nisa Suresi 34. âyette geçen “Erkekler, kadınları gözetleyip kollayıcıdır. Şundan ki Allah insanların bazılarını bazılarınıza üstün kılmıştır...” (Öztürk, [1994] 2003:85) ifadesini hatırlattığımda, yukarıdaki görüşünü yinelemiştir. Bu cümlelerin hemen ardından kendisine Kur'an-ı Kerim’de kadının mı, annelerin mi yüceltildiği sorduğumda, “*Kadın yüceltilmeden anne olur mu?*” cevabını vermiştir. Katılımcının kadını güçle özdeşleştirmesini, gücünü doğumun ve ölümün yöneticisi topraktan alan, “Toprak Ana” inancıyla da açıklanabilir. Bu isim, açık bir biçimde onun, tarımla ve verimle bağlantısını da göstermektedir. Anasoylu toplumlardan ataerkil sisteme geçişin başlangıcı ve sebebi belki de, kadının toprak gibi yaratıcı gücüne duyduğu inanca baskın çıkan korku ile eşzamanlı olarak erkeklerin “tohumu”; yani “spermin yaratıcı gücünü” keşfetmesi olmuştur.

Bir başka açıdan erkil dinlerde cinsiyeti, kozmolojik bir boyutta açıklayan çalışmalar bulunmaktadır. Carol Delaney de -daha önce de değinilen- 1980'lere rastlayan bir Türk köyü çalışmasında, erkeklere atfedilen yaratıcılık ve hayat verme gücünün, erkeği simgesel olarak Tanrı'ya yaklaştırdığını, kadınlarınsa tıpkı toprak gibi tohumları besleyici zemin görevinden dolayı, Tanrı tarafından yaratılanla; yani dünya ile eşleştirildiğini yorumlamaktadır (Delaney, 2001:24). Hayvanların evcilleştirilmesinin (ve tarımın) erkeğin üremedeki rolünü fark etmesine yol açtığı düşünülmektedir. Daha sonra, erkeklerin bulduğu saban, kadınların kullandığı çapanın yerini aldığı anda, üremede erkeğin rolüne bakarak sabanın, toprağı verimli bir duruma hazırlayan, delip dölleyici bir organ anlamı kazandığı iddia edilmektedir (Tanilli, [2006] 2010:20). Neolitik Çağ'dan İslamiyet'e, kadın ve erkekle özdeşleşen çapa ve saban, cinsiyet farklılaşmasında sembolik bir anlam kazanmıştır. Kadın “tarla” benzetmesiyle pasif ve edilgen konuma gelmiş, erkeğe yaşam veren sperme sahip olması sebebiyle “tohum”la özdeşleştirilerek, yüceltilmiştir. Ne var ki kadın, bu yaratıcı süreçte ikincilleştirilir; çünkü dölleyen, can veren spermdir.

Geleneksel tarım aleti sabandan cinsel ilişkiye gönderme yapan Delaney, çalışmasında kadınlarla yaptığı görüşmelere dayanarak sanıldığığının aksine en yaygın cinsel ilişki pozisyonunun erkeğin üstte olduğu “misyoner pozisyonu” olmadığını, kadının bacaklarının erkeğin omzuna alındığı “bacak omuza” pozisyonu olduğunu aktarır. Kadının bacaklarının, tıpkı erkeğin tohumları ekmek için toprakta izler açarken abanıp ittiği sabanın saplarına benzediğini dile getirir. Bu pozisyonla kadının hem pasif rolü vurgulanmakta, hem de tohumun garantili yerleştirildiğine inanılmaktadır (Delaney, 2001:71).

Ayşe Gül Altınay da, “Nasıl Bir Cinsellik Kurgulanıyor? Ve neden?” (1992) başlıklı makalesinde erkekler ve iktidara dair benzer görüşler dile getirmektedir:

Cinsellik erkekler için ergenlikle başlayan bir ihtiyaçtır. Erkek cinsel organı iktidar simgesidir, erkeğin gurur kaynağıdır ve küfürler dâhil birçok alanda ondan bahsedildiğini duymak mümkündür. Öylesine gurur kaynağıdır ki, neredeyse erkekten bağımsız bir varlık gibidir. Cinsel ilişki zapt edilemeyen penisin özne olarak yer aldığı, biyolojik zarla mühürlenmiş vajinanın ise “nesne” olduğu toplumsal bir alışveriştir. Kadın, erkeğine el değmemiş, dolayısıyla penis değmemiş bir beden sunar; erkek bu yolla iktidarını kazanmış olur. (Bu kurguda) cinsel ilişki, duygularla beslenen ve iki cinsin karşılıklı gereksinimleri doğrultusunda birlikte yarattıkları bir şey değildir artık! (Ayşe Gül Altınay, Boğaziçi Üniversitesi ‘Bekâret’e Dair Bülteni,1992; Aktaran: Satı Atakul).

Belki de erkeklerde var olduğu iddia edilen kadın korkusunu anlaşılır kılan olgu, erkeği iktidarla birleştiren süreçte, kadının cinsiyetine yüklenen anlamların değişime uğramasıdır. Beauvoir, Ana Tanrıça’nın ne kadar güçlü olursa olsun erkek zihniyeti tarafından yaratılmış bir idol olduğunu iddia eder; ama (o çağlarda) erkeğin kadın üzerindeki otoritesini, onun doğurganlığına yönelik duyduğu dehşet yüzünden sınırlandırıldığını da ilave eder (Aktaran Direk, 2009:17-18). Doğa karşısında güç kazanmaya çalışan erkek, tanrıçalara tapınarak korunacağına inanmış olabilir? Her ne olursa olsun kadının biyolojik kaderi, üstünlükten aşağı doğru düşen, tarihsel bir seyir izlemektedir. Biyolojik farklılıkların bir dizi sosyal rollere indirgendiği ataerkil düzende kadın, erkeğe bağımlı kılınmıştır. Cinselliğin yargılanması da tek taraflı olagelmıştır. Örneğin Anadolu’da, başkalarıyla evli bir erkek ve kadının ilişkisinde, ilişki içindeki erkeğe, başka bir erkeğin artığını alması anlamına gelen “artıkçı” sıfatının takıldığı iddia edilir (Kalkan, 2010:616). Çünkü evlilik öncesi cinsel deneyim yaşayan kız, kirli ya da kirletilmiş sayılmaktadır.

Fatima Mernissi “İslam’da Aktif Kadın Cinselliği Anlayışı” (2004) makalesinde İslamiyet’te içgüdülerin enerji olarak görüldüğünü ve bunların dine hizmet amacıyla kullanıldığını belirtir. Makalede, cinsel arzusunun insan soyunun devamına hizmet ettiği iddiasını, Gazali’nin sözleriyle açıklar: “*Cinsel arzu, sadece erkeği tohumu bırakması için ayartmak ve kadını onu ekip yetiştirebilir duruma getirmek, ikisini tatlılıkla bir araya getirerek neslin idamesini sağlamak amacıyla yaratıldı; avcının avını yakalaması gibi, cinsel ilişki vasıtasıyla*”. Mernissi, erkeklerin, cinsel dürtülerini kontrol altına alamamalarından dolayı kadınları zayıf gördüğünü ve denetim altına almaya çalıştığını vurgular. Bunun altında kadının cinsel kapasitesinin erkekten daha yüksek olabileceğine

dair bir korkunun yattığını sorgular. Kasım Âmin'in araştırmasına dayanarak aslında korkulan şeyin "fitne"⁸⁹ olduğuna değinir. Kadın; aktif, tahrip edici bir güce sahiptir ve erkeklerin sosyal ve dini görevlerini yerine getirmeleri için kontrol edilmelidir. Çünkü toplumun, ancak cinsler arası ayırım ve poligami gibi erkek egemenliğini sağlayan kurumlarla varlığını sürdürebildiğini açıklar. Bu noktada kadının sadece kocasıyla cinsel ilişki kurduğu ve diğer erkekleri kıskırtmak için fitne yaratmadığı sürece düzen sağlandığını yorumlar. Mernissi, bu hâkim düşüncüyü Tirmizî'den yapılan alıntı ile doğrulamaya çalışır: "*Bir erkek bir kadın baş başa kaldıklarında, yanlarındaki üçüncü mutlaka [baştan çıkaran] şeytandır*". Ancak Mernissi, kadını cinsel olarak aktif bulan Gazali'nin spermi, kadın hücresi olarak belirtmesini ve erkekten yavaş olmak kaydıyla erkek gibi boşaldığını açıklamasını şaşırtıcı bulur. Yazar, İslam ve Avrupa kaynaklı teorilerin aynı sonuca varmasını "bir ironi" olarak değerlendirir ve görüşlerini şu şekilde ifadelendirir: "*Kadınlar, Gazali'ye göre aktif, Freud'a göreyse pasif oldukları için sosyal düzene zarar verir*" (Mernissi, 2004:38-51).

Bu bağlamda bir katılımcı, Mernissi gibi Freud'a atıfta bulunarak, erkeklerde bir kadın korkusu olabileceği konusuna şüphe taşımayan bir yorum getirmiştir. Freud'un kız çocuklarında olduğunu iddia ettiği penis eksikliğinden kaynaklanan kompleksin, aslında erkeklerde var olduğunu açıklayan katılımcı, kadın korkusunu da bu karmaşa ile açıklamaktadır. Soyun devamlılığının her şeyden önemli olduğu ve arkaik dönemlerde oluşan bu korkunun, tersine çevrilme hareketiyle aşağılanmaya dönüştüğünü ifade etmektedir. Kadın, sadece üreme ile ilişkin cins olarak beden ile özdeşleştirilmiş, erkeğe karşı ikincil bir konuma düşürülmüştür. Katılımcı sözlerini şöyle özetlemektedir:

"Doğru. Kesinlikle doğru, herhalde ilkçağlardan kalan arkaik bir korku. Ayrıca hakikaten Freud penis kıskançlığından bahsediyor, ama rahim kıskançlığı ondan çok daha önemli. Mesela bu nokta daha var, teknoloji kadınların aleyhine işlemiyor; yani hep kadınları aradan çıkararak, bir şekilde üremeyi gerçekleştirmeye çalışıyorlar. Hâlbuki soyu üretme yetisinden önemi bir şey yok. Düşün bu yeti, o dediğim tersine çevirme hareketiyle bir aşağılaştırma nedenine dönüştürülüyor. Bu nedenle de korku olmaz olur mu? Korku ve kıskançlık tam da bunun temelinde yatan şeyler. Ataerkil ideoloji için soyu üretme yetisinden daha önemli bir şey olamaz. Kadın üretken ve doğurgan olduğu için bedenle özdeşleştirildi ve beden zihne, akla, uygarlığa ve kültüre karşı ikincil

⁸⁹ Arapçada kaos/karışıklık/bela anlamını taşıyan *fitne*, ayrıca "güzel yüz/güzel kadın" (*femme fatale*, fettan) anlamına da gelmektedir; yani erkeklerin nefsinde hâkim olamamasına neden olan çekici ve baştan çıkaran kadın. Kasım Âmin'in kullandığı anlamda fitne, kadınların yarattığı cinsel düzensizliğin sonucu olan kaos şeklinde de tercüme edilebilir (Mernissi, 2004:37). Fitne-i âlem: herkesi birbirine düşüren güzel (Devellioğlu, [1993] 2009:268).

konuma düşürüldü. Burada korku olmaması mümkün mü?” (G. C., 12 Temmuz 2011).

Katılımcının sözünü ettiği ataerkil ideolojinin kadını, ikincilleştiren “tersine çevirme hareketi”nin başlangıcını araştıran Sibel Özbudun, *Kadın Yazıları* (2000) adlı kitabında, eşitlikçi ve barışçıl bir düzenden, sınıflı ve devletli toplumlara geçişin en akla yatkın nedenini, M.Ö. 6000’de Ön Asya’da yaşanan kuraklığın çoban ve çiftçi (göçer-yerleşik) topluluklarını birbirinden ayırmasına ve soy örgütlenmesinin önemini yitirmesine bağlamaktadır. Çiftçi topluluklarının düşünsel sistemleri dışıl bir bereket fikri çerçevesinde örgütlenirken, çoban topluluklarının savaşçı-talancı özellikleri daha ağır basması nedeniyle eril değer sistemini gösterdiğini açıklamaktadır. Kadın cinsinin tarihsel yenilgisini bu çoban-çiftçi çatışmasına bağlayan Özbudun, göçerlerin; yani çobanların, istila etikleri köyleri yeniden örgütlediğini ve kendilerini çiftçiler üzerinde efendiler olarak dayatırken, sınıflı, merkezî yönetimli kentlere geçişin tohumlarını da attıklarını açıklar (Özbudun, 2000:32-33).

Ataerkilliğin tarihi oluşumundan hareketle, erkeklerin egemenliğini korumak amacıyla bir iktidar korkusu duyumsaması ve bu korkunun arkaik dönemden gelmesi olasıdır. Çünkü kadınların yeni yaşamı yaratma yolundaki evrensel gücü, tüm yaşamın kozmik oluşumuna bağlanmıştır; böylelikle, kadınlık özellikle kadim, arkaik ve kabile dinlerinde “Büyük Ana”nın kutlanışında simgesel ve ayinsel olarak ifade bulan beden/toprak/kozmos ilişkisinde büyük bir önem taşımaktadır (Kin, 2006:14). Bu açıklamalardan yola çıkarak katılımcının sözünü ettiği tersine çevirme hareketinin bir parçası olarak kadın, beden ile özdeşleştirilirken, anlam olarak düşürülmüştür. Bu bağlamda “sağ” görüşlü bir başka katılımcı da erkeklerde var olduğu iddia edilen kadın korkusunun kesinlikle olmadığını açıklamamakla birlikte, böyle bir korkunun olabileceği görüşüne katılan bir diğeri ise bunun nedeni kadının üstünlüğüne bağlamakta, yaradılış bakımından soyun devamlılığını sağlayan güce sahip olması bakımından kadını, erkeğin muhtaç olduğu bir varlık olarak tanımlamaktadır.

Bir diğer katılımcı da, kadınların doğurganlık yeteneğinden dolayı erkeklerden üstün olduğunu öne süren teorilerden yola çıkarak, erkekleri suçlamanın doğru olmadığını belirtmiştir. Katılımcıya göre erkekler de içinde bulundukları kültürün kurbanı rolündedir. Kültürün insan yaşamında ne kadar belirleyici olduğunu şu sözlerle dile getirmiştir:

“Böyle bir anlayış var; yani kadınların cinsiyeti (doğurganlığı) sebebiyle erkeklerden üstün olduğu, erkeklerin bu konuda bir aşağılık

duygusuna kapıldığını öne süren teoriler var, ama ben yine de erkekleri suçlamıyorum. Çünkü erkekler de, tıpkı kadınlar gibi içinde doğmuş oldukları kültürün kurbanları. Onlar da öyle koşullandırılıyorlar. (...)" (O. B., 08 Temmuz 2011).

Erkeklik rollerinin kültürel koşullanma ile belirlendiğini belirten bir başka katılımcı, kadın korkusu yerine, erkelerde "penisini kaybetme" korkusu olduğunu iddia etmiştir. Penis kelimesiyle bir anlamda iktidar kavramına atıf yapan katılımcının sözleri şu yöndedir:

"Kadın korkusu mu, yoksa penisini kaybetme korkusu mu? Bir kere erkeklerde bir sahiplenme duygusu var. Eski eşlerini gidip öldüren bir sürü erkek var. (...) Erkekler önceki eşlerini, özellikle çocuklarının da anasıysa, hâlâ kendi malları gibi görerek, onun hayatından, yaşam biçiminden kendilerini sorumlu tutup, namus meselesi görüp, peşlerine düşüyorlar. Kadınlar bu nedenle de öldürülüyor. Erkeklerde kadını sahiplenme, mal gibi görme duygusu çok eski. Sadece 21. yüzyılın bir meselesi değil. Bu bir kültürel öğretilerdir" (Ş. B., 13 Temmuz 2011).

Sonuç olarak, görüşülen kadın ve erkeklerin çoğunluğunda, erkeklerde bir kadın korkusu olduğu ortak görüşü saptanmıştır. Bu iddiayı iktidarı ya da cinsel gücü kaybetme korkusu, kendine güvensizlik, döl yolu korkusu, soy ve mülkiyete bağlı bir korku olarak farklı tanımlamış olsalar da, çoğunluk, kadının yaradılış itibarıyla erkekten üstün olduğunu dile getirmiştir. Katılımcılar tarafından erkek egemenliği altındaki toplumlarda kadınlara uygulanan eşitsizlik, tahakküm, zorbalık ya da şiddet gibi sorunları da bu korku ile açıklamaya çalışmışlardır. Bulgularda dikkat çeken çok önemli bir nokta, var olduğu iddia edilen kadın korkusunda olduğu gibi, tezde defalarca yinelenen egemen güçlerin ve güzellik endüstrisinin kadınların nesneleşmesi sürecinde; yani tüketim nesnesine dönüşmesinde oynadığı rollerde de "kültür"ün başat varlığının belirmiş olmasıdır. Söz konusu inceleme grubunun, kadın korkusu ya da kadın sorunu, adı ne olursa olsun, bu olguları birbirleriyle bağlı kültürel bir kadın sorunu olarak değerlendirdiğini göstermektedir.

BÖLÜM VI. SONUÇ

Araştırmanın bu bölümü, farklı siyasi görüşlere, farklı inanç, anlayış ve yönelimlere sahip; ancak bir elit grup tanımlamasında bütünleşen kişilerden elde edilen bulguların sonucuna yönelik bir değerlendirmeden oluşmaktadır. Kadınların tüketim nesnesine dönüşmeleri sorununa “egemen söylem”i yaratan, yayan, destekleyen ya da eleştiren (muhalafet, iktidarın bir izdüşümü olarak değerlendirildiğinde), başka bir ifade ile iktidar ya da muhalafet alanlarında sözü geçtiği dile getirilen elitler tarafından benzer davranış, görüş ve ifadeler ortaya konmuştur. Tam da bu noktada liberal kapitalist sistemde “egemen söylem”in ideolojiden farklı olarak daha kolay içselleştirildiğini, kişinin kendisine dışarıdan bakmasının mümkün olmadığı bir öznelleşme sürecinin yaşandığını hatırlamak gerekiyor.

Gramsci’nin hegemonya kavramıyla açıklandığı gibi, söylemler tepeden inme, dayatmacı bir oluş tarzında değil, aksine sessizce ve gönüllü kabule dayanan bir süreçte içselleştirilmektedirler. Gramsci “hegemonya”yı basit bir baskı rejimden farklı olarak, “egemen grubun toplumsal yaşama dayattığı genel yönetime büyük kitlelerin kendiliğinden rıza göstermeleri ve bu yönetime tâbi olmaları” (Gramsci, *Selection from the Prison Notebooks* 1971:12; Aktaran Crehan, 2006:151) şeklinde açıklar. Foucault ise iktidar ve bilginin birbirine söylem içinde eklemlendiğinden, söylemin iktidarı harekete geçirip üretebileceği gibi, yıpratıp, zayıflatacağı ve onun silinmesini sağlayabileceğinden bahsetmektedir. Burjuva hegemonyasının ve baskı sürecinin, söylemlerle genele yayıldığını da dile getirmektedir (Foucault, [1996] 2007:93-94). Bu teoriler bir anlamda, bizi günümüzdeki dayatmacı güzellik idealinin de egemen grupların söylemleriyle içselleştirilebileceği gerçeğine taşımaktadır. Ancak bu söylemlerin her zaman iktidarı destekleyecek yönde olmadığını unutmamak gerekmektedir. Bu perspektiften bakıldığında, zaten görüşülen kişiler de, muhafazakâr ya da laik olsun her iki kesimi de, kültürel, ekonomik ya da simgesel sermaye elde etmek amacıyla tüketime sahip çıkması sebebiyle eleştirmişlerdir.

Alan araştırmasındaki ilk adım, kadının tarihsel ve toplumsal konumunun zamanla ne kadar bir değişime uğradığı tartışmasıdır. Görüştüğüm kişilerin çoğunluğuna göre, kadınların toplumsal konumunda bir geriye dönüşün yaşandığı dile getirilmiştir. Bu noktada “geriye dönüş” ifadesi *lineer* (doğrusal) bir tarih anlayışına dayanmakta, bunda da modernizmin etkisi görülmektedir. Kaldı ki Cumhuriyet’in kurulumunda Batı kültürünü baz alan bu modern-ilerici süreçte (*progress*), yani gelenekselden moderniteye geçişte

iyiye, gelişime ve ilerlemeye doğru giden süreklilik anlayışında ataerkil ideolojinin izlerine rastlanmıştır. Tarih, bilim, sanat, tıp, hukuk, popüler kültür, eğitim alanlarının hepsinde Antik çağdan modern döneme, kadının ikincil konumu ve erkeğin egemenliğini doğal ve değişmez gören yaklaşımın izlerini temizlemek mümkün olamamıştır (Çakır, 2010:37). Görüşmelerde de geriye dönüşten kasıt, ataerkil sistem içinde kadınların geleneksel olarak inşa edilmiş cinsiyet rollerinin ve kimliklerinin, pazar ekonomisinin ve güzellik endüstrisinin bir “çağdaş”, “modern” kadın kimliği oluşturma sürecinde dahi, bir özmüşcesine korunduğu ve hatta takibinde bulunulduğudur. Bu, gelenekselliğin ve içerdiği davranış ve tutum kalıplarının, cinsiyeti tanımlayıcı, oluşturucu tekrarından başka bir şey değildir.

Butler’a göre cinsiyet, bedenlerin benzetilmeye çalışıldığı hayali birer kurgu, toplumsal cinsiyet ise yaradılışını sürekli ve düzenli olarak gizleyen bir inşa; kültürel kurgu olarak üretme ve sürdürme yönünde kolektif sözleşme olarak yorumlanır (Butler, 2008:229). Butler, yukarıda değindiğim “tekrarlama”nın teorideki yerini, bir anlamda cinsiyet hiyerarşisine dayalı toplumsal cinsiyet mekanizmasının işleyişini, “performativite” kavramıyla açıklar. Performativite kavramı, toplumsal cinsiyet rollerinin söylemler ve eylemlerin tekrarına ve akışkanlığına dayalı bir süreçte kurulumuyla tanımlamaktadır ki bu süreç, görüştüğüm kişilerin bahsettiği geleneksel kadınlık rollerinin kurgusallığını, hane içi/özel alanla sınırlanan, kamusal alanda geri bırakılan kadın kimliğinin nasıl üretilip, yaygınlaştığını ve de nasıl tarihsel bir sürekliliğe mahkûm edildiğini anlatmaktadır. Dolayısıyla tarihsel ve kültürel bağlamda kurgulanan “kadın kimliği”ne yönelik Türkiye adına yapılan yorumlarda görüştüğüm kişiler de, kadın kimliğinin bu kültürel kurgu özünün ya da geleneksel bir takım kalıplarının (özellikle ev içi roller) “modernizasyon” denilen süreç içinde dahi korunduğunu ifade etmişlerdir.

Özellikle Cumhuriyet’in ilanını izleyen ilk yıllarda kadınlar açısından hukuksal, toplumsal ve ekonomik düzeyde devrim niteliğinde bir “ilerleme”⁹⁰ nin yaşandığını

⁹⁰ “İlerleme” ifadesine bir eleştiri olarak yine burada *linear* (doğrusal) bir tarih anlayışının baskınlığını vurgulamak istiyorum. Özellikle Kemalist ideolojiyi ve Cumhuriyet’in modernleşme projelerini kadınlar için “ilerleme” olarak ifade eden görüşlerde erkek, beyaz, Batı merkezli bir tarih anlayışının içselleştirildiği görülebilmektedir. Levi Strauss’a göre modern-ikel, kadın-erkek, ileri-geri gibi ikilikler toplumsal sistemde evrensel ikili kodlara dönüştürülmüştürler. Bu bakış açısına göre kültürleri modern-ikel olarak ayırmak Batı kültürünün evrimcilik anlayışını bilimsel bir konuma taşıma çabasından başka bir şey değildir. Strauss bu tip karşılaştırmaların bilgi ve anlamdan yoksun olduğu için geçerli olmadığını, sırf benzeşmemesinden ötürü bir kültürün dural ya da devinimsiz olarak sınıflandırılmasını onun özgünlüğünü yok saydığını söylemektedir (Strauss, 1995:20). İlerici tarih anlayışına göre kültürler, irrasyonel olandan rasyonel olana doğru tarihsel bir evrim geçirdiği gibi, akıl, kültür ve uygarlığın da erkekle özdeşleştirildiğini hatırlatmak istiyorum. Bu

söyleyen katılımcıların önemli bir kısmı, medenileşme projesini, cinsiyetçi kalıpları yineleyen ataerkil ideolojinin ürünü olmasından dolayı eleştirmekle birlikte, daha sonraları gerilediğini dile getirdikleri toplumsal konumun nedenlerini bu sebebe dayandırmışlardır. Türkiye’de laik-dinci, kapalı-açık, geleneksel-modern gibi farklı kadınlık durumu olduğunu savunanlar da, İslamcılık ile medeniyetçilik arasında kalan kadınların, her iki ideolojinin sembolleri olması sebebiyle toplumsal bağlamda gerilediğini dile getirmişlerdir. Siyasi ideolojilerle cinsiyet kimliğinin girift olduğunu ifade eden Göle, Türkiye’de kadının konumunu, Doğu-Batı tartışmasının merkezinde yer aldığını; zira Müslüman ülkelerde modernleşme hareketinin sınırını belirleyen şeyin kadının toplum içerisindeki yeri olduğunu vurgular. (Göle, [1991] 2008:46). Bu nedenle kadın sorununu bir kültür sorunu olarak ele alan Göle gibi, görüşülenler de “kültürel bir kadın sorunu olduğu” kanaatine varmışlardır. Ayrıca görüşülenlerin önemli bir kısmı sorunun “evrenselliğini” vurgulamış ve son yıllarda sağ ya da sol her iki görüşü temsil eden kadınların tüketim aracına indirgenmesini, kültürel bir kadın sorunu kapsamında tartışmışlardır.

Güzellik söylemlerinin de etkisiyle tüketim nesnesine dönüşen kadın sorunu analizinde, Foucault’yu, bedeni söylem içinde anlam kazandığı iktidar ilişkileri kapsamında çözümlemesinden ve Göle’nin kadın sorununu iktidar ve cinsiyet kimliğiyle birlikte ele almasından hareketle, güzellik söylemleri iktidarın bir kadın kimliği politikası bağlamında incelenebilir. Foucault’nun cinsellik tarihi çözümlemesinde, iktidarın bedenler ve onların maddesellikleri, güçleri, enerjileri, durumları ve hazları üzerindeki etkileri çevresinde düzene soktuğu ideal öğeler (Foucault, [1996] 2007:114) açıklamasındaki gibi, “ideal güzellik” olgusu da iktidar ilişkilerine dair bir başka öğe olarak değerlendirilebilir. Güzellik ideallerinin üretiminin, kültürel ve politik ideolojiler, söylem ve eylemlerle ilişkisi, güzelliği “hiyerarşik” olarak konumlandırmakta, dolayısıyla güzellik bir kültür sorunu olarak tartışılabilmektedir. Bu bağlamda modellik mesleği içinde deneyimlediğim güzellik ideallerinin, mükemmellik-kusurluluk karşıtlığında bir davranış koduna dönüşmesi, araştırmanın düşünsel inşası ve alan çalışması kapsamında da belirmiş, bu sonuç bireysel sorularımın toplumsal yönüne ışık tutmuştur.

Son yıllarda özellikle orta ve üst sınıf kentli kadınların salt görünüşe odaklı güzellik ideali -ince beden, “hokka” burun, dolgun dudak, yanık ten gibi- bir “imaj seti”ne

karşılık gelmektedir. Bu durum salt bedenden ibaret olan, nesneleştirilen bir kadın figürünü biçimlendirmektedir. Güzellik endüstrisini elinde bulunduran çok uluslu şirketler ve medya; politik iktidarın, kapitalizmin ve ataerkil ideolojinin elbirliğiyle nesneleştirme sürecinde kadın, yeni ve “çağdaş” bir beden ve dolayısıyla kimliğe büründürülmüştür. Kültürel olarak gelenekselliğin inşasından zaten tam olarak kurtulamamış olan kadın bedeni ve kimliği, farklı kavramlarla, fakat daha pozitif bir algı içine atılmış, kadın; güzellik, moda, estetik gibi kavramlarla sunuma sokulan ikinci bir tahakkümün ve kurulumun yeni bir öznesi haline gelmiştir. Dahası bu öylesine bir özneleştirme sürecidir ki, Gramsci’nin Foucault’ya yaptığı bir uyarının tam da gerçekleşmesi gibi karşımızda durur: “Özneleştirilenler, günlük yaşamlarında birliktelikleri ile bir suç ortaklığı, bir katılım aktiviteleri alanında kendi egemenliklerini yeniden üretirler” (Kaw, 1993:78). Güzellik hegemonyasının özneleri de, güzellik ve estetik adına tüm söylemlerin üretilmesi, yayılması ya da kurgulanmasında suç ortağı oldukları gibi, güzelliğin ve güzel olmanın adına üstlendikleri roller aracılığıyla kendi egemenliklerini de kurmaktadır.

Çalışmanın düşünsel temellerini kurma çabalarım sırasında, klasik felsefenin savunduğu harmoniye dayanan bir güzellik anlayışı ve tartışmasına değinmiştim. Bu tartışmayı temellendiren “uyuma dayalı” bütüncül bir güzellik anlayışı (*holistic beauty*), görüşülen kişilerin tamamı tarafından da vurgulanan bir konu olmuştur. Klasik teorinin “harmoni” olarak güzelliği tanımladığı “çeşitlilik içinde birlik” (*unity-in-variety*) prensibine benzer bir biçimde, Moore’un; duyguların, vurgulamanın, kaynakların ve fikirlerin birlikte yoğurduğu bir güzellik algısında (Moore, 1942-1943:42) olduğu gibi, görüşülenlerde de güzelliği, fiziksel özellikleri tamamlayan akıl ve kişilik değerleri ile birlikte bir bütün olarak tanımlamışlardır.

Tarihsel bir kronolojiye bağlı olarak Platon’un “güzel nedir” sorusuyla başlayan ve güzellik olgusunu, ideal, düalist ve modern kavramlarla beraber incelendiğim çalışmada, güzellik; önceleri oran, uyum ve ölçü gibi maddeci kuramlara ek olarak, idealistlerin savunduğu “anlam”a dayanan manevi değerlerle birlikte açıklanmıştır. Ortaçağ’da Tanrı ile bütünleşen “yüce” güzellik anlayışı ve bedensel hazların yadsındığı düalist yaklaşım, Rönesans döneminde red edilerek, dünyevi güzellik idealine geri dönülmüş; “modern” güzellik anlayışının görüldüğü dönemde ise ahlaksal değerlere uymayan edimlerin güzellikle donanabileceği tartışmaları sonucu etiğin reddi ile birlikte estetiğin yıkımı sorunu görülmüştür (Ziss, 2009:154-166). 2000’li yıllardaysa Eco’nun değindiği kitle iletişim araçlarının sunduğu kışkırtıcı bir güzellik anlayışı, tüketim ile

güzellik arasında dramatik bir kapışmaya tanıklık etmektedir (Eco, 2006:414). Görüştüğüm kişilerin çoğunluğu tarafından harmoniden uzaklaşan ve kapitalist tüketim ekonomisinin çıkarlarına uygun olarak, salt görünüşe odaklandırılarak kurgulanan günümüz güzellik anlayışının güzellik endüstrisinin beklentilerine göre şekillendiği dile getirilmiştir.

Güzelliği gerek bir şans, gerekse bir güç olarak tanımlayan görüşleri, kimi kadınların güzelliği bir silah olarak kullandığı örneğiyle açıklamak gerekirse, bu olgu Bourdieu'nün da değindiği gibi aslında kadınların toplumsal konumunu göstermektedir. Lucien Bianco'nun dile getirdiği, “*Zayıfların silahları daima zayıf silahlardır*” (Aktaran Bourdieu, 2001:32) sözü, bir nevi kadınların eril tahakküm içindeki konumuna işaret etmektedir. Çalışmanın önsözünde modellerin baştan çıkarma mekanizmasını kullandığı yönünde paylaştığım deneyimlerden yola çıkarak, Bourdieu'nun da kadınların ikincil konumundan dolayı baştan çıkarma gibi belirli silahları kullandığına değinmektedir. Ancak Bourdieu, baştan çıkarma stratejilerinin eril tahakkümü güçlendirdiğine, kadınların tahakküm karşısındaki mevcut direnme biçimlerinin çoğu zaman erkeklerin hâkim dünya görüşüne ait biçimler olduğuna işaret etmektedir (Bourdieu 2001; Aktaran Türk 2010:13). Oysa görüştüğüm kişilerin tamamı baştan çıkaran kadın modeli yerine, entelektüel ve zihinsel yeteneklerini geliştiren, özgür, kendisine saygı ve güvenle donanmış bir çeşit “Penelope” (Dubby & Perrot, 2005:34) kimliğinde uzlaşmışlardır. Ne var ki feminist akımın bazı savunucuları, bu kadın modelinin gösterdiği çabayı sonunda ailesinin hizmetine sunmasından dolayı eril bakışın bir uzantısı olarak eleştirmekte, kadını, laik projelerin çöküşünün ilk kurbanı olarak tanımlamaktadır.

Aynı tanıımı kullanan Kandiyoti de, kadının ikincil toplumsal konumundaki herhangi bir değişikliğe cevap olacak şekilde, ancak ulusal çıkarlara uygun olduğu sürece bir değişime göz yumulduğunu dile getirmiştir (Kandiyoti, [1997] 2007:181). Bu açıklama bir anlamda görüştüğüm kişilerin bir kısmı tarafından, toplumsal yaptırımlar sonucu evliliği tercih eden kadınların hemcinsleriyle girdiği rekabeti açıklarken, güzelliğin lanetli tarafını da betimlemektedir. Aynı şekilde güzelliğin bir bedeli olduğunu dile getiren görüşülenler de, gönüllü olarak bir erkeğin himayesine girerek güzellik yazgısının değişebileceği inancını eleştirmiş, kişilik değerlerinin üstünlüğünü savunmuşlardır.

Tüketime dayalı güzellik hiyerarşisinin en üst katmanlarında, güzelliğin simgesi olarak medyanın sunduğu kraliçeler, modeller, trend belirleyiciler, moda ikonları, rol modeller, sosyetik güzeller ve ünlüler, bir anlamda profesyonel güzelliğin taşıyıcıları olarak bulunurlar. Güzellik endüstrisi ve medyanın işbirliğiyle güzelliğin bir güç olarak

teşvikinde, Edmonds (2007) medyada var olmanın bir koşulu olarak güzelliğin sosyal hiyerarşideki, sınıf atlama, statü elde etme ya da kimlik edinim gibi avantajlarına, Jones (2008) ise “güzellik getirisi” (*beauty premium*) kavramıyla ise yeni yaşam tarzı, partner bulma kariyer ve kazanç elde etme gibi fırsatlarına değinmiştir. Günümüz kentli kadınların güzellik ideallerine ulaşma isteğini anlamlı kılan bu görüşler, medyanın sunduğu ideal güzellerin şöhretli, başarılı, zengin, mutlu, sevilen “süper kadın” imgesi ve diğer kadınlar üzerinde yarattığı “onun gibi olma isteği”yle örtüşmektedir. Ne ki medyanın sunduğu bu süper kadın imgesinin taşıyıcısı rolündeki kadınların aşırı tüketimle ilişkisi ve bu sebeple topluma verdiği zararlar da bulgularda öne çıkmıştır. Toplumsal ya da ekonomik tüm getirilerine rağmen güzellik tutkusunun kurbanı kadınların, Zukin ve Maguire’nin (2004) kendilerini güzellik vizyonu ile kuşatan tüketiciler eleştirisinde olduğu gibi, görüştüğüm kişilerin önemli bir kısmı tüketim yolu ile kendini tüketen kadın imgesinin, özellikle gençler üzerinde benlik algısı bozukluğu, özgüven ve özsaygı yitimi gibi psikolojik tahribatlara yol açtığına hemfikirdirler.

Bulgularda ekonomik, kültürel ve politik bir dayatma olarak ifade edilen güzellik simgeleri, dış görünüme ve modaya bağımlı olmaları sebebiyle “anlam taşımayan”, “süs objesi”, “biblo” gibi anlatımlarla sıfatlandırılmış, güzellik ve marka tutkusu konusunda en çok “esaret” ve “dayatma” sözcüğü kullanılmıştır. Görüştüğüm kişilerin bir kısmı marka giyime olan düşkünlüğün artık tesettürlü kadınlar tarafından da görüldüğünü dile getirmişlerdir ki bu olgu, İslâmi değer ve görüşler üzerinden hazırlanan kadın dergileri olan Âlâ Güzellik Yaşam Tarzı Dergisi ve Hesna Dergisi’nden alınan fotoğraflarda da gözlemlediğim bir durum olmuştur. Bu konudaki görüşler, Kılıçbay ve Binark’ın (2002) çalışmalarında 1990’lardan beri, Türkiye’de artan bir “örtünme modası” olgusunun varlığı tezi ile de desteklenmektedir. Kaldı ki bu dergilerden birine yaptığım görüşmelerde, tesettür ve moda kavramları birlikte dile getirilmiş, güzel görünümün bir ihtiyaç olarak her kesimin kadınlarını kapsadığı ve tesettürlü kadınların bu ihtiyaçlarını giderme amacıyla oldukları ifade edilmiştir. Tam da bu nokta tüketim nesnesine dönüşen kadın sorununun, en başında da belirttiğim gibi ister muhafazakâr kesimde olsun ister laik, her iki grubun orta ve üst sosyo-ekonomik sınıfa mensup kentli kadınları da kapsadığını göstermektedir. Liberal ekonominin en katı kurallarının izlenebileceği tüketim toplumlarında, örneğin Louis Vuitton marka çanta laik ve modern kadının statüsünü (Bourdieu’ye göre

sermayesini) belirten bir gösterge ise, “Burberry marka eşarp”⁹¹ da tesettürlü kadın için aynı şeyi ifade etmektedir.

Kapitalist tüketim ekonomisinin her kesimden kadını hedef alan politikaları ve pazarlama stratejisinden hareketle, nesne/ürün/marka analizi yapan Baudrillard, kişisel ve toplumsal dünyanın anlamdan yoksun hiyerarşik bir çizelgeye benzetilmeye çalışıldığını ve gereksinimlerin de değişik kategorilere bölünmüş tüketicilere göre belirlendiğini açıklamaktadır. Markayı en çok talep edilen ürünün büründüğü bir “kişilik” olarak ele alan düşünür, en çok talep edilen markaların bireylere bir kişilik kazandırdığını açıklamakla birlikte, günümüz tüketicisinin talep yolu ile “bir kişiliğe sahip olma” gibi bir dayatma ile karşı karşıya bırakılmış olduğunu savunur (Baudrillard, 2010:188). Araştırma grubunun anlatılarında öne çıkan “dayatma” ve “esaret” gibi marka tercihi dayanan kavramlar, marka satın alma eğilimleri gibi davranışların marka karşısında dayatmanın ve “bir kişilik almanın” kazandırdığı bir durum olarak değerlendirilebilir.

Güzellik ideallerinin simgesel bir diğer alanını oluşturan modellik, dünya görüşüne çok şey kattığı kadar, bende pek çok sorunu analiz etme isteği de uyandırmıştır. Güzellik sergilemesinin şölene dönüştüğü magazin dergilerinde, gazete sayfalarında, televizyon programlarında, otomobil fuarlarında, ürün tanıtımlarında, reklam, ilan, katalog ya da podyumda, eril bakışın bir uzantısı olarak seksi, çekici, masum gibi pozlarıyla yer bulan modeller, Baudrillard tarafından simülasyon modellerini açıklarken kullandığı “baştan çıkarma” ve “narsizm” duygularının aktarıcıları olarak değerlendirilebilir. Ancak düşünür burada narsizmi bireysel ayrıksılığın hazzı olarak değil, kolektif niteliklerin kırılıp, yayılması olarak ele almaktadır. Anlatılarında iktidarca manipüle edilen bedenlerin yüceltildiği tüketim toplumlarında, medya reklamları aracılığıyla kadınların nasıl tektipleştiğini ve kendi gerçeğine yabancılaştığını analiz ederken, kadın bedenini tüketim nesnelerinin türdeşisi olarak görmektedir (Baudrillard, 1997:107-162). Bu açıklamalardan hareketle erkek bakışının ve dolayısıyla eril iktidarın kurguladığı kadın imgesinin bir

⁹¹ Moda tasarımcısı Barbaros Şansal, yüksek lisans öğrencisi Kübra Tekin ile internette yayınlanan söyleşisinde, tesettürlü kadınların Burberry eşarp modasına değinmekte, ancak bunu ironik bulmaktadır. Çünkü markanın desenindeki ve İskoçya bayrağındaki X’in, yani Hristiyan haçının ekose desen kumaşa uyarlanmış hali olarak açıklar. Başka bir markadan örnek vererek örtünme modasını şu sözlerle analiz eder: “*Ben özümde Müslümanım Christian Lacroix yazan; yani Hristiyan haçı anlamına gelen o yazıyı barındıran eşarp takmam büyük bir çelişki. ...ve bugün Türkiye’de tesettür modası altında üretim yapan bütün firmaların iplikleri Musevi firmalarından gelmiştir. Bizdeki tesettür modasına dair birçok şey Evangelist’lerin ve siyasi Siyonizm’e inanların empoze ettiği örtünme ve giyinme şeklidir*” (Kübra Tekin Blog, 2013).

uzantısı olarak modeller, bu kimliğe erişebilirliğin bir işareti, birer tüketim göstergesi olarak da yorumlanabilirler.

Baudrillard'ın “hiper-gerçeklik” kuramıyla açıkladığı, gerçekliğin televizyon, internet, reklam, sinema, moda ve eğlence endüstrilerince yeniden üretilmesi nedeniyle içinde yaşadığımız evrenin simülasyondan oluşması gibi, podyumu da bir hiper-gerçeklik alanı olarak değerlendiriyorum. Söylemlerin, göstergelerin, eylemlerin, her şeyin politik bir anlam kazandığı, cinselleştirildiği bir çağda, her şey arzu nesnesidir ve basmakalıp bir cinsellik her yere egemen bir durumdadır (Mısır & Balta, [1998] 1999:44-45). Cinselliğin yeniden üretim alanı olan podyum, arzu nesnesine dönüşen modeller aracılığıyla, baştan çıkarıcı göstergelerle donanır. Baştan çıkarma işi bir tür tüketimde kendi üzerine döner; ama göndergesi daha çok başkasının yargısı (Baudrillard, 1997:108) üzerinedir. O da izleyenlerdir.

Modeller; güzellik endüstrisinin ürünlerini, söylem ve pratiklerini, tüketime dayalı güzellik hiyerarşisini, toplumsal cinsiyet performansını kitle iletişim araçları aracılığıyla izleyicilerine aktarmakta ve dolayısıyla bu çerçevede kurgulanmış bir kadın kimliğini de olumlamaktadırlar. Kapitalist tüketim ekonomisi ve medyanın güdümlendiği kusursuz güzellik arayışında hep bir eksikliği tamamlama yarışında, çevremdeki diğer kadınlarla benzer benlik anlayışına sahip olduklarını gözlemlediğim modeller çoğunlukla, akıl ve kişilik değerlerinden muaf tutulan ve salt görünüşte indirgenen dişi figürler olarak yansıtılmaktadırlar. Crane, Goffman'ın “itaatin ritüelleştirilmesi” sözüyle, modellerin, moda fotoğraflarında cinsel açıdan ulaşılabilirlik anlamı taşıyan alçaltıcı hegemonik pozlarını “dişilik” imajını ritüelleştirmesi bağlamında eleştirmektedir. Crane'in araştırma bulgularında da kadınlar, güzellik simgelerinin geneline karşı olumsuz görüşlerde bulunmuşlardır. Giysilerden daha fazla odak noktası haline gelen ünlü modellerin teşhire varan moda fotoğraflarındaki beden pozisyonları, görüştüğü kadınlar tarafından kadın davranışına ilişkin genel normları ihlal ettiği gerekçesiyle eleştirilmiş, ancak Crane bu durumu kadınların toplumsal cinsiyet davranışlarını içselleştirdiğinin bir kanıtı olarak değerlendirmiştir (Crane, 2003: 299). Tam da bu noktada modellerin, onları eleştiren kadınlardan farklı olmayan bir dişilik imajını pekiştirdiğini söyleyebilirim. Çünkü ataerkil ideoloji ve politik iktidarın geleneksel kadın tipiyle çelişiyor gibi görünen modelleri, iktidarın üretim mekanizmalarının inşa ettiği bir diğer “modern” kadın kimliğinin bir simgesi olarak değerlendiriyorum. Kaldı ki güzel, çekici, kadınsı, seksi olduğu kadar masum, edilgen, itaatkâr “dişilik” rollerini de ritüelleştirmektedirler.

Erkek bakışının bir uzantısı, Berger'in deyişiyile izleyicisinin her zaman erkek olarak kabul edilmesinden dolayı, resim ya da fotoğraflardaki kadın imgesi erkeğin gurunu okşamak amacıyla düzenlenmiştir (Berger, 2009:46) ve bu imge gerek podyumda gerekse moda fotoğraflarında “itaatkârlığın ritülleşmesi” ifadesiyle, kraliçe veya modeller aracılığıyla beden bulmaktadır. Kadınların onlara karşı tutumu olumlu ya da olumsuz olsun, her iki durumda da, modellerin aktarımındaki güzellik idealleri de (sorgulanmadan kabul edilen inançlar) Bourdieu'nün “*doxa*”ları gibi içselleştirilebilmekte, kadınlar da erkekler kadar modellerin izleyicisi/takipçisi olabilmektedirler. Bu aynı zamanda güzelliği hegemonik bir düzleme de taşımaktadır. Bu noktada katılımcıların yaygın olarak güzellik dayatması vurgusunda, güzellik ideallerinin içselleştirilme süreci Gramsci'nin (1971) ileri kapitalist toplumlarda egemen sınıfın sivil topluma kendi dünya görüşü doğrultusunda yönlendirdiği, kabul ve rızaya dayalı hegemonik sürece benzer bir biçimde özümselebilmektedir.

Araştırma kapsamında ortaklaşa dile getirilen ve kültürel etkiler sonucu oluşan “güzellik dayatması”nda bir başka alan, kadınların her geçen yıl artan oranlarda güzelleşme davranış, eylem ve pratiği gösterdikleri kozmetik cerrahi endüstrisidir. Bulgularla paralel olarak Rosmary Gillespie'nin (1996) de kozmetik cerrahiye bireysel seçim olmanın ötesinde, kültürel olarak kurgulanmış bir seçim olduğunu belirtmiş olması ve Amerikan Plastik Cerrahi Derneği (ASPS)'ın kozmetik/estetik prosedürlerin bir yıl içinde yüzde beş oranında arttığını gösteren 2010 Plastik Cerrahi İstatistikleri Raporu, tercihlerin ekonomik, politik ve toplumsal yönünü vurgulamaktadır. Tüketime dayalı güzellik hiyerarşisinin etkisi, güzellik getirisinin albenisi ve gençlik ve güzellik söylemleriyle örülü bir alanda, özellikle kentlerde yaşayan, orta ve üst sınıfa mensup kadınlar bilinçli veya bilinçdışı yollarla kozmetik cerrahiye yönelmektedirler. Bireysel bir tercihmiş gibi görülen estetik ve güzellik algısı, bir *habitus* içindeki yerlerine ilişkin kavrayışları uyarınca, kadınlar tarafından belirli bir sınıfsal zevk, beğeni ya da dünya görüşü olarak ortaya çıkar. Bourdieu'nün kavramsal setini kullanarak güzelleşme eyleminde de, kadınların içten gelen bir eğilim (*dispositions*) ve doğallaştırılmış tavır (*doxa*) olarak *habitus*ları gereği seçim yaptığı ve kurgulanmış güzellik ideallerini düşünmeden bir alışkanlığa dönüştürdükleri söylenebilir. Bu tıpkı ataerkil söylemin farklı bağlamlarda kadınlık rolleri ve kimliklerinin değişmelere uğrayabilmesine benzemektedir. Temelde kadının ikincil konumlandırmasını muhafazâ eden bir yapının farkındalıktan uzak bir tavır ve geleneksellik kabullenilmişliği ve bununla yaşaması, seçimler yapması gibi...

Egemen sınıfın beğenileri ya da moda olan güzellik idealleri, ona sahip olan kadınların kültürel sermayesini ve dolayısıyla belirli bir sınıfa özgü *habitusunu* ortaya koyar. Bir anlamda kadınlar; prestij, başarı ya da güç elde etmek için kültürel sermayelerini kullanarak alan değiştirmeye çalışırlar. Çoğunlukla kültürel ya da ekonomik alanlarda iktidar elde etmek için mücadele eden, ekonomik yetersizlikler yüzünden modelliği seçen genç kadınlarda olduğu gibi.   lerinden bazıları ender olarak alan deği tirebilmekte, çeşitli alanlardaki becerileriyle ünlü kimliği edinebilenler, ekonomik sermaye sahibi olabilmektedirler. Bu durum bazı genç kadınlar tarafından modelliğin neden cazip bir meslek olarak görüldüğünü açıklamaktadır. Kaldı ki güzellik, kadınların iktidar, statü ve g   için mücadele/mübadele araçlarından biri olarak değerlendirildiğinde, güzellik endüstrisinin büyüyen seyrini ve kozmetik/estetik cerrahinin her geçen yıl yükselen k rını anlaşılır kılmaktadır.

Kadınların, iktidar amacıyla kozmetik/estetik cerrahiye yöneldiğini düşünen önemli sayıdaki g r   lenlerden bir kısmı g zelle me eyleminin sebebini, psikolojik olarak “eksiklik” duygusuna bağlamıştır. Bourdieu de, Baudrillard gibi stratejik olarak yaratılan “eksiklik” (yetmezlik) duygusuna değinmiş, eril egemenliğin sembolik i leyi inde kadınların “algılanan şeyler” olarak görüldüğünü ve sanki “erkeğin bakışı, beğeni i, kendini güçlü hissetmesi için orada” bulunduğunu iddia etmiştir (Türk, 2010:18). Hegel’in k le-efendi diyalektiğinde kurguladığı gibi, efendinin karşısında kendi öz benliğini kuran k le, asla efendinin kendisi olamayan, fakat onun karşısında öz bilince sahip olan, efendi için yapıp-ettikleriyle efendinin öz benliğini kuran ve pekiştiren kişidir (Bumin, [2001] 2010). Tıpkı kadının, erkeğin efendi/iktidar konumu karşısında kendini kurgulamak için atıldığı ikincil alan gibi, eril ruhu besleyen, eril öz bilinci var eden bir kimlik edinmesine benzemektedir.

Eksiklik kurgusu bilimsel teori ve düşüncelerin altyapısına sahiptir. Bu bağlamda “fallus merkezli” bakışın temsilcilerinden Freud ve Lacan’ın kuramlarında kadının “eksik özne” olarak tanımlanması hatırlanabilir. Lacan,  ocukların kültürel dünyayla ilk olarak tanıştığı “ayna evresi” kuramıyla, çocuğun anneden koptuğu bir süreci tanımlar. Ne var ki bu adımın, bölünmüş bir beden algısına yol açtığını ve çocuğun aynadaki anneden kopu un yarattığı par alanmı lığı tamamlamaya çalıştığını iddia etmektedir ( oban, 2005:285). Kurama göre erkekten farklı olarak kız çocuğunun, simgesel düzeyde ya da kültürel dünyada kendini tamamlama arzusu asla gerçekleşemez. Lacan, bu durumu kadınların *fallustan* yoksun olu una bağlar. Çünkü Lacan’a göre, kadın, ayna evresi sonucu oluşan bir

eksiklik olarak hiçbir zaman tatmin edilmesi mümkün olmayan tamamlanma arzusunu besleyen bir varlık olarak tanımlanır (Aktaran Durudoğan, 2007:57). Androsentrik bakış açısı taşıyan bu yaklaşımları ardına alarak, güzellik endüstrisinin de sinsi bir stratejisi olarak, bulgularda anlatılan kadına yönelik “eksiklik” meselesini, kadını kozmetik cerrahiye yönlendiren itici güç olarak görmek mümkün: “Parçalanmış kimliğini tamamlamak ya da eksik olanı yerine koymak”.

Kadının, kozmetik/estetik cerrahiye yönelimini, sözüm ona kendini tamamlanmaya çalıştığı, bedeniyle yeni bir kimlik oluşturduğu bir süreci, kendi ameliyat deneyimleriyle aktaran Blum, bu süreci Bordo’nun kadınsı özelliğın eril kurulumuna dair analiziyle açıklamaya çalışır. Bordo, estetik ameliyatın sonunda aynaya bakabilen, ameliyatın yeteneğini (*skill*) ortaya koyan, takdir edilesi bir özneye ihtiyaç olduğunu ifade eder. Ameliyatlar bedeni nesneleştirebilirken, “çıktıyı” değerlendirebilen bir özneye bağımlı olduğunu vurgular (Bordo, 1994:265-306; Aktaran Blum, 2003:26). Kaldı ki Blum’un deneyimleri ve görüşülen kişilerin ifadeleri üzere, estetik ameliyatlar sonrasında beden üzerinde revizyon gerekirse, -ki ben üç kez burun düzeltme operasyonu geçirmek zorunda kaldım- peşi sıra ameliyat(lar) gerekebilmektedir. Bordo’nun sözünü ettiğı estetik cerrahinin “çıktıları”, yeni bir beden ve yeni bir kimlik oluşumu yaratma işlevi olarak görürlerken, yeni bir *habitusun* kurulumunun habercisi olarak da değerlendirilebilir. Blum bu noktada da Bordo ile aynı fikirdedir: “*Bireysel yaşamlarımızı yaratmak, kültürel yaşam alanımızı kurmak, seçimlerimizin bir sonucu olacaktır*” (Blum, 2003:62) .

Sık tekrarlamalar ile bulgulara damgasını vuran bir diğerk olgu ise “kadın korkusu”dur. Bu korkuyu bulgular düzeyinde teori ile yoğurmadan önce, Bourdieu’nün eril tahakküm çözümlemesindeki şu değerlendirmesi temel olarak alınabilir: “*Erkeksi değerlerin yüceltilmesinin karanlık bir tarafı vardır. Bu taraf, kadınsılıkla eşleştirilen kaygı ve korkuları içeren bir alandır*” (Bourdieu, 2001:51). Mernissi (2004), erkeklerin, kadınları denetim altına almaya çalışması, kadının cinsel gücünden duyduğu korkuyla yorumlamış, Horney de (1998), eril tahakkümün altında yatan iktidar korkusunu, kadın korkusu ile eşleştirirken aynı anlamı vurgulamıştır. Görüştüğüm kişilerin itiraz etmeden verdiği cevaplarda da, “kadın korkusu” sık sık yer bulmuştur. Politik söylem ve süreçler aracılığıyla tanıli erkeklik ve kadınlık rollerinin sürekliliğini sağlayan eril iktidar alanını ve bunun baskınlığını olumlayan ve aynı zamanda kadının ikincil konumunu vurgulayan kadın korkusu, “kadın düşmanlığı”, “iktidarı kaybetme korkusu” ya da cinselliğk dair güce ilişkin erkeklik organının sembolik düzeyde anlam yitimi gibi farklı tanımlamalarla ifade

edilmiş olsa da araştırma grubunu temsil eden sağ ve sol kesimin yarısından fazlası tarafından kabul görmüştür.

Sonuç olarak profesyonel güzellikle taçlandırıldığım ve kusursuz beden imajının sembolü olarak ünlü bir model kimliğiyle anıldığım yıllarda, 50 ve üstü yaşlarda fiziksel güzelliğini, ününü, gücünü, eşini ve evini kaybetmiş kadınların bende yarattığı hayal kırıklığı ve hırs sonucu güce odaklı yaşamımın sorgulama evresini, bulgulara bir değer olarak ifade edilen “kadınlık bilinci”nin kurulumu olarak yorumluyorum. Ne var ki amacım ataerkil sisteme karşı erkekleri eleştirmek değil, aksine onların desteğiyle şahsım ve her kadın adına “kendi oluş” anlamı taşıyan bir bilinci tahayyül etme çabasına dayanmaktadır. Kapitalist tüketim ekonomisi ve ataerkil düşüncenin etkilerinin en derin yapılara büründüğü bir toplumda, kadın olmanın güzelliklerini, çelişkilerini ve zorluklarını yaşayan bir birey olarak, bireysel sorularıma bilimsel yanıtlar almanın, bir tüketim nesnesi olarak deneyimlediğim “kadınlık” durumu sonucu benliğimde oluşan özgüven ve özsaygı tahribatlarını da onardığını belirtmek istiyorum.

EKLER

EK 1- KADIN ADAYLARI DESTEKLEME ve EĞİTME DERNEĞİ (KA.DER) 2011-2012 “TÜRKİYE KADIN İSTATİSTİKLERİ”

1. YÖNETİM KADEMELERİNDE KADINLAR

PARLEMENTO:

SEÇİM YILI	PARLAMENTODAKİ MİLLETVEKİLİ SAYISI	KADIN MİLLETVEKİLİ SAYISI	KADIN ORANI (%)
1935	395	18	4.6
1943	435	16	3.7
1950	487	3	0.6
1957	610	8	1.3
1965	450	8	1.8
1973	450	6	1.3
1991	450	8	1.8
1999	550	22	4.2
2002	550	24	4.4
2007	550	50	9.1
2011	550	79	14,3

YEREL YÖNETİMLER:

YEREL YÖNETİMLER:	ERKEK SAYISI	KADIN SAYISI	TOPLAM SAYI	KADIN ORANI (%)
Belediye Başkanı	2.924	26	2.950	%0,8
Belediye Meclis Üyesi	30.450	1.340	31.790	%4,2
İl Genel Meclis Üyesi	3.269	110	3.379	%3,2
Köy Muhtarı	34.210	65	34.275	%0,2
Köy İhtiyar Meclis Üyesi	137.848	329	138.177	%0,2
Mahalle Muhtarı	18.178	429	18.607	%2,3
Mahalle İhtiyar Heyeti Üyesi	71.174	1.409	72.583	%1,9
TOPLAM	298.053	3.708	301.761	%1,2

Kaynak: İçişleri Bakanlığı, Şubat 2012.

TBMM BAŞKANLIĞI:

	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Geçmişten Bugüne TBMM Başkanları	26	0	0
24. Dönem TBMM Başkanlık Divanı	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan Vekili	4	2	50
Kâtip Üye	8	2	25
İdare Amiri	5	0	0

Kaynak: Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü, 2011, Türk Belediyeler Birliği, Şubat 2012.

BAKANLAR KURULU:

HÜKÜMET DÖNEMİ	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
1. Hükümet / 1. İnönü Hükümeti (30.10.1923-06.03.1924)	14	0	0
2. Hükümet / 2. İnönü Hükümeti (06.03.1924-22.11.1924)	14	0	0
3. Hükümet / Okyar Hükümeti (22.11.1924-03.03.1925)	12	0	0
4. Hükümet / 3. İnönü Hükümeti (03.03.1925-01.11.1927)	16	0	0
5. Hükümet / 4. İnönü Hükümeti (01.11.1927-27.09.1930)	14	0	0
6. Hükümet / 5. İnönü Hükümeti (27.09.1930-04.05.1931)	11	0	0
7. Hükümet / 6. İnönü Hükümeti (04.05.1931-01.03.1935)	19	0	0
8. Hükümet / 7. İnönü Hükümeti (01.03.1935-01.11.1937)	14	0	0
9. Hükümet / 1. Bayar Hükümeti (01.11.1937-11.11.1938)	12	0	0
10. Hükümet / 2. Bayar Hükümeti (11.11.1938-25.01.1939)	16	0	0
11. Hükümet / 1. Saydam Hükümeti (25.01.1939-03.04.1939)	12	0	0
12. Hükümet / 2. Saydam Hükümeti (03.04.1939-09.07.1942)	25	0	0
13. Hükümet / 1. Saraçoğlu Hükümeti (09.07.1942-09.03.1943)	15	0	0
14. Hükümet / 2. Saraçoğlu Hükümeti (09.03.1943-07.08.1946)	22	0	0
15. Hükümet / Peker Hükümeti (07.08.1946-10.09.1947)	22	0	0
16. Hükümet / 1. Saka Hükümeti (10.09.1947-10.06.1948)	17	0	0
17. Hükümet / 2. Saka Hükümeti (10.06.1948-16.01.1949)	17	0	0
18. Hükümet / Günaltay Hükümeti (16.01.1949-22.05.1950)	19	0	0
19. Hükümet / 1. Menderes Hükümeti (22.05.1950-09.03.1951)	22	0	0
20. Hükümet / 2. Menderes Hükümeti (09.03.1951-17.05.1954)	30	0	0
21. Hükümet / 3. Menderes Hükümeti (17.05.1954-09.12.1955)	20	0	0
22. Hükümet / 4. Menderes Hükümeti (09.12.1955-25.11.1957)	24	0	0
23. Hükümet / 5. Menderes Hükümeti (25.11.1957-27.05.1960)	27	0	0
24. Hükümet / 1. Gürsel Hükümeti (30.05.1960-05.01.1961)	30	0	0

25. Hükümet / 2. Gürsel Hükümeti (05.01.1961-20.11.1961)	27	0	0
26. Hükümet / 8. İnönü Hükümeti (20.11.1961-25.06.1962)	24	0	0
27. Hükümet / 9. İnönü Hükümeti (25.06.1962-25.12.1963)	32	0	0
28. Hükümet / 10. İnönü Hükümeti (25.12.1963-20.02.1965)	27	0	0
29. Hükümet / Ürgüplü Hükümeti (20.02.1965-27.10.1965)	28	0	0
30. Hükümet / 1. Demirel Hükümeti (27.10.1965-03.11.1969)	37	0	0
31. Hükümet / 2. Demirel Hükümeti (03.11.1969-06.03.1970)	25	0	0
32. Hükümet / 3. Demirel Hükümeti (06.03.1970-26.03.1971)	26	0	0
33. Hükümet / 1. Erim Hükümeti (26.03.1971-11.12.1971)	29	1	3,4
34. Hükümet / 2. Erim Hükümeti (11.12.1971-22.05.1972)	25	0	0
35. Hükümet / Melen Hükümeti (22.05.1972-15.04.1973)	25	0	0
36. Hükümet / Talu Hükümeti (15.04.1973-26.01.1974)	25	0	0
37. Hükümet / 1. Ecevit Hükümeti (26.01.1974-17.11.1974)	25	0	0
38. Hükümet / Irmak Hükümeti (17.11.1974-31.03.1975)	27	1	3,7
39. Hükümet / 4. Demirel Hükümeti (31.03.1975-21.06.1977)	36	0	0
40. Hükümet / 2. Ecevit Hükümeti (21.06.1977-21.07.1977)	26	0	0
41. Hükümet / 5. Demirel Hükümeti (21.07.1977-05.01.1978)	31	0	0
42. Hükümet / 3. Ecevit Hükümeti (05.01.1978-12.11.1979)	40	0	0
43. Hükümet / 6. Demirel Hükümeti (12.11.1979-12.09.1980)	29	0	0
44. Hükümet / Ulusu Hükümeti (20.09.1980-13.12.1983)	39	0	0
45. Hükümet / 1. Özal Hükümeti (13.12.1983-21.12.1987)	32	0	0
46. Hükümet / 2. Özal Hükümeti (21.12.1987-09.11.1989)	41	1	2,4
47. Hükümet / Akbulut Hükümeti (09.11.1989-23.06.1991)	34	1	2,9
48. Hükümet / 1. Yılmaz Hükümeti (23.06.1991-20.11.1991)	35	1	2,8
49. Hükümet / 7. Demirel Hükümeti (21.11.1991-25.06.1993)	34	3	8,8
50. Hükümet / 1. Çiller Hükümeti (25.06.1993-05.10.1995)	64	4	6,2
51. Hükümet / 2. Çiller Hükümeti (05.10.1995-30.10.1995)	30	2	6,6
52. Hükümet / 3. Çiller Hükümeti (30.10.1995-06.03.1996)	35	2	5,7
53. Hükümet / 2. Yılmaz Hükümeti (06.03.1996-28.06.1996)	33	3	9
54. Hükümet / Erbakan Hükümeti (28.06.1996-30.06.1997)	40	4	10
55. Hükümet / 3. Yılmaz Hükümeti (30.06.1997-11.01.1999)	42	2	4,7
56. Hükümet / 4. Ecevit Hükümeti (11.01.1999-28.05.1999)	26	0	0
57. Hükümet / 5. Ecevit Hükümeti (28.05.1999-18.11.2002)	62	3	4,8
58. Hükümet / Gül Hükümeti (18.11.2002-14.03.2003)	25	1	4
59. Hükümet / 1. Erdoğan Hükümeti (14.03.2003-29.08.2007)	31	2	6,4
60. Hükümet / 2. Erdoğan Hükümeti (29.08.2007-06.07.2011)	39	2	5,1
61. Hükümet / 3. Erdoğan Hükümeti (06.07.2011-...)	26	1	3,8
TOPLAM	1656	34	2

Kaynak: www.tbmm.gov.tr (Bakanlar Kurulu listeleri), Şubat 2012

Türkiye Cumhuriyeti Hükümetlerinde Kadın Bakanlar, Hazırlayan: Feride Eroğlu, Ekim 2011.

BAŞBAKANLIK:

UNVAN	KADIN SAYISI	TOPLAM SAYI	KADIN ORANI (%)
Geçmişten Günümüze Başbakan Sayısı	1	29	3,4

Kaynak: www.basbakanlik.gov.tr, Şubat 2012.

İHTİSAS KOMİSYONLARI:

TBMM KOMİSYONLAR			
KOMİSYON BAŞKANLIĞI	TOPLAM BAŞKAN SAYISI	KADIN BAŞKAN SAYISI	KADIN ORANI %
TBMM İhtisas Komisyonları Başkanlığı	17	1	5,8
KOMİSYON ADI	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN ORANI (%)
Anayasa Komisyonu	26	6	23
Adalet Komisyonu	26	2	7,6
Milli Savunma Komisyonu	26	3	11,5
İç İşleri Komisyonu	26	2	7,6
Dış İşleri Komisyonu	26	1	3,8
Milli Eğitim, Kültür, Gençlik ve Spor Komisyonu	26	5	19,2
Bayındırlık, İmar, Ulaştırma Ve Turizm Komisyonu	26	5	19,2
Sağlık, Aile, Çalışma ve Sosyal İşler Komisyonu	26	6	23
Tarım, Orman ve Köy İşleri Komisyonu	26	1	3,8
Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar, Bilgi Ve Teknoloji Komisyonu	26	1	3,8
Kamu İktisadi Teşebbüsleri Komisyonu	35	1	2,8
İnsan Hakları İnceleme Komisyonu	26	3	11,5
Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu	26	20	76,9
Avrupa Birliği Uyum Komisyonu	25	6	24
Dilekçe Komisyonu	12	2	16,6
Plan ve Bütçe Komisyonu	40	1	2,5
Çevre Komisyonu	26	2	7,6

Kaynak: www.tbmm.gov.tr, Şubat 2012.

İÇİŞLERİ BAKANLIĞI:

UNVAN	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI %
Bakan	1	0	0
Bakan Yardımcısı	1	0	0
Bakanlık Müsteşarı (Vekili)	1	0	0
Müsteşar Yardımcısı	3	0	0
Vali	81	1	1,2

Kaynak: www.icisleri.gov.tr, Şubat 2012.

DIŞİŞLERİ BAKANLIĞI:

UNVAN	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI %
Halen Görevde Bulunan Büyükelçi Sayısı	185	21	11,3
Halen Görevde Bulunan Başkonsolos Sayısı	68	12	17,6
Dış temsilciliklerde diplomatik statüyü haiz personel sayısı	1030	342	33,2
Danışman Sayısı	20	9	45
Merkezdeki Genel Müdürlük Sayısı	17	2	11,7

Kaynak: TC Dışişleri Bakanlığı, Şubat 2012.

MÜSTEŞARLAR:

KURUM ADI	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Adalet Bakanlığı	1	0	0
Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı	1	0	0
Avrupa Birliği Bakanlığı	1	0	0
Başbakanlık	1	0	0
Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	1	0	0
Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı	1	0	0
Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	1	0	0
Dışişleri Bakanlığı	1	0	0
Ekonomi Bakanlığı	1	0	0
Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı	1	0	0
Gençlik ve Spor Bakanlığı	1	0	0
Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	1	0	0
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı	1	0	0
Hazine Müsteşarlığı	1	0	0
İçişleri Bakanlığı (vekili)	1	0	0
Kalkınma Bakanlığı	1	0	0
Kamu Düzeni ve Güvenliği Müsteşarlığı	1	0	0
Kültür ve Turizm Bakanlığı	1	0	0
Maliye Bakanlığı	1	0	0
Milli Eğitim Bakanlığı	1	0	0
Milli Savunma Bakanlığı	1	0	0
MİT Müsteşarlığı	1	0	0
Orman ve Su İşleri Bakanlığı	1	0	0
Sağlık Bakanlığı	1	0	0
Savunma Sanayii Müsteşarlığı	1	0	0
Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı	1	0	0
GENEL TOPLAM	26	0	0

Kaynak: Devlet Personel Başkanlığı, Şubat 2012.

BAZI ÜST DÜZEY ÜNVANLAR İTİBARIYLA KADRO BİLGİLERİNİN CİNSİYETLERE GÖRE DAĞILIMI: (Genel bütçe kapsamındaki kamu idareleri, özel bütçeli idareler, düzenleyici ve denetleyici kurumlar, kamu iktisadi teşebbüsleri ile sosyal güvenlik kurumlarında çalışan kadrolu personel itibarıyla)

ÜNVANI	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Bağlı Kurum Başkanları	38	7	18,4
Bağlı Kurum Başkan Yardımcıları	48	5	10,4
Genel Müdür	165	9	5,4
Genel Müdür Yardımcısı	460	44	9,5
Kurul Başkanları	68	1	1,4
Kurul Üyeleri	141	19	13,4
Kurum Bünyesindeki Başkanlar	42	8	19
Daire Başkanı	2108	302	14,3

Kaynak: Devlet Personel Başkanlığı, (Mayıs 2011 verileri).

BANKACILIK DÜZENLEME VE DENETLEME KURULU:

UNVAN	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI %
Başkan	1	0	0
İkinci Başkan	1	0	0
Kurul Üyeleri	4	0	0

Kaynak: www.bddk.org.tr, Şubat 2012.

RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU (RTÜK):

UNVAN/KURUL	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan	1	0	0
Başkan Vekili	1	0	0
Kurul Üyeleri	7	1	14,2

Kaynak: www.rtuk.org.tr, Şubat 2012.

2. ÇALIŞMA YAŞAMINDA KADINLAR:

- Türkiye’de çalışan kadın sayısı: 6,7 milyon.
- Kadın işsizlik oranı: yüzde 13
- Türkiye’de kadın istihdam oranı: yüzde 24
- Türkiye’de kadınlarda kayıt dışı çalışma oranı: yüzde 58. Yani çalışan kadınların yarısının sosyal güvencesi yok.

Kaynak: TÜİK Çalışma Hayatı Verileri.

- İstihdama katılan kadınların yüzde 41,7’si tarım sektöründe, yüzde 14,6’sı sanayi sektöründe, yüzde 43,7’si ise hizmetler sektöründe çalışmaktadır.
- İşteki durumları açısından bakıldığında 100 kadından sadece 12,8’i kendi hesabına ve işveren konumunda çalışmakta, 51,1’i herhangi bir ücret ya da yevmiye karşılığında çalışmakta ve 34,8’i ücretsiz aile işçisi olarak çalışma yaşamında yer almaktadır.

Kaynak: KSGM Kadının Statüsü Raporu, 2011.

- Türkiye’de toplam girişimci sayısı 1,3 milyondur. Bunların sadece 80.000’i kadındır.

Kaynak: TOBB verileri.

- Kadın işgücünün en çok istihdam edildiği sektör hizmetler sektörü olup bu sektördeki iş alanlarından bazıları özellikle "kadınlar için uygun alanlar" olarak toplumsal kabul görmüşlerdir.
- CEO pozisyonundaki kadın oranında dünya ortalaması yüzde 5’in altında iken, Türkiye’de aynı oran yüzde 12’dir. Türkiye yüzde 12’lik oranıyla dünyada ilk beş ülke arasındadır. Dünya çapında kadın CEO oranlarında 1’inci sırada ise yüzde 13’lük oranıyla Finlandiya bulunmaktadır.

Kaynak: <http://ekonomi.bugun.com.tr/kadin-ceo-lar-dunyaya-meydan-okuyor-157081-makalesi.aspx>

- Üst düzey yöneticilerin (genel müdür düzeyi) yüzde 23’ü kadın, yüzde 77’si erkektir.
- Orta düzey yöneticilerin (müdür düzeyi) yüzde 22’si kadın yüzde 78’i erkektir.
- Alt düzey yöneticilerin (şef düzeyi) yüzde 21’i kadın, yüzde 79’u erkektir.
- Üst düzey yönetici kadın oranı özelde yüzde 22,8 iken, devlette yüzde 6,8’dir.

Kaynak: TİSK, Kadın Yöneticiler Anketi, 2009 Eylül.

- Genel ve özel bütçeli kurumlar ve sosyal güvenlik kurumlarında çalışan memur kadrolarının cinsiyet dağılımı ise şöyledir:
Erkek: 1.165.291
Kadın: 653.397
Kadınların oranı yüzde 36’dır.

Kaynak: Devlet Personel Başkanlığı, Temmuz 2011.

BAROLAR BİRLİĞİ:

UNVAN/KURUL	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Barolar Birliği Başkanı	1	0	0
Barolar Birliği Başkan Yardımcısı	2	1	50
Yönetim Kurulu	8	2	25
Disiplin Kurulu	7	0	0
Denetleme Kurulu	3	0	0
Baro Başkanları	78	4	5,1
Avukat Sayısı (Aralık 2010 rakamları)	70332	26035	37

Kaynak: www.barobirlik.org.tr, Şubat 2012

ANAYASA MAHKEMESİ:

ÜNVANI	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan	1	0	0
Başkan Vekili	2	0	0
Üyeler	14	2	14,2
Genel Sekreter	1	0	0
Genel Sekreter Yardımcısı	2	0	0
Raportörler	36	6	16,6

Kaynak: www.anayasa.gov.tr, Şubat 2012.

DANIŞTAY:

ÜNVANI	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan	1	0	0
Başsavcı	1	0	0
Başkan Vekili	2	1	50
Genel Sekreter	1	0	0
Genel Sekreter Yardımcısı	3	0	0
Daire Başkanı	15	4	26,6
Üyeler	152	37	24,3

Kaynak: Danıştay Başkanlığı, Şubat 2012.

YARGITAY:

ÜNVANI	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Yargıtay Birinci Başkanı	1	0	0
Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı	1	0	0
Yargıtay Birinci Başkan Vekili	2	0	0
Yargıtay Genel Sekreteri	1	0	0

Kaynak: www.yargitay.gov.tr, Şubat 2012.

SAYIŞTAY:

ÜNVANI	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan	1	0	0
Başkan Yardımcısı	2	0	0
Bölüm Başkanları	8	0	0

Kaynak: www.sayistay.gov.tr, Şubat 2012.

HÂKİMLER VE SAVCILAR YÜKSEK KURULU (HSYK):

UNVAN/KURUL	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan	1	0	0
Başkan Vekili	2	0	0
Daire Üyeleri	18	2	11,1

Kaynak: www.hsyk.gov.tr, Şubat 2012

SENDİKALAR:

KONFEDERASYON (İşçi/İşveren)	Başkan			Yönetim Kurulu		
	Toplam	Kadın	Kadın Oranı %	Toplam	Kadın	Kadın Oranı %
DİSK	1	0	0	8	0	0
HAK-İŞ	1	0	0	5	0	0
TÜRK-İŞ	1	0	0	5	0	0
TİSK	1	0	0	25	2	8
TOPLAM	4	0	0	43	2	4,6

Kaynak: www.disk.org.tr, www.hakis.org.tr, www.turkis.org.tr, www.tisk.org.tr, Şubat 2012

KONFEDERASYON:

KONFEDERASYON (Kamu Görevlileri)	Başkan			Yönetim Kurulu		
	Toplam	Kadın	Kadın Oranı %	Toplam	Kadın	Kadın Oranı %
KAMU-SEN	1	0	0	9	0	0
KESK	1	0	0	6	1	16,6
MEMUR-SEN	1	0	0	6	0	0
BASK	1	0	0	9	2	22,2
HAK-SEN	1	0	0	8	1	12,5
TOPLAM	5	0	0	38	4	10,5

Kaynak: www.kamusen.org.tr, www.kesk.org.tr, www.memursen.org.tr, www.bask.org.tr, www.haksen.org.tr, Şubat 2012

İŞVEREN VE MESLEK ÖRGÜTLERİ:**Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD):**

UNVAN	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan	1	1	100
Başkan Yardımcısı	3	0	0
Yönetim Kurulu Üyeleri	7	2	28,5

Kaynak: www.tusiad.org, Şubat 2012.

Uluslararası Yatırımcılar Derneği (YASED):

UNVAN	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan	1	0	0
Başkan Vekili	1	0	0
Başkan Yardımcısı	3	2	66,6
Yönetim Kurulu Üyeleri	10	3	30

Kaynak: www.yased.org.tr, Şubat 2012.

Müstakil Sanayicileri ve İşadamları Derneği (MÜSİAD):

UNVAN	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan	1	0	0
Başkan Yardımcısı	5	0	0
Yönetim Kurulu Üyeleri	15	0	0

Kaynak: www.musiad.org.tr, Şubat 2012

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB):

UNVAN	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan	1	0	0
Başkan Yardımcısı	5	0	0
Yönetim Kurulu Üyeleri	9	0	0

Kaynak: www.tobb.org.tr, Şubat 2012.

Türkiye Ziraat Odaları Birliği (TZOB):

UNVAN	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan	1	0	0
Başkan Vekili	1	0	0
Yönetim Kurulu Üyeleri	8	0	0

Kaynak: www.tzob.org.tr, Şubat 2012.

Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK):

UNVAN	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Başkan	1	0	0
Başkan Vekilleri	2	0	0
Yönetim Kurulu Üyeleri	12	0	0

Kaynak: www.tesk.org.tr, Şubat 2012.

3. KADINA YÖNELİK ŞİDDET

- 2012'nin ilk ayında erkekler 12 kadın öldürdü, 26 kadın ve iki çocuğu yaraladı, 10 kadına tecavüz etti, beş kadına zorla seks işçiliği yaptırdı, 35 kadını taciz etti. 29 ilde 92 kadına yönelik şiddet, cinayet, cinayete teşebbüs, taciz, tecavüz, yaralama ve çocuk istismarı vakası yaşandı. (<http://bianet.org/bianet/insan-haklari/135992-erkek-siddeti-ocak-2012-tam-metin>)
- 2011'de erkekler 257 kadın, 14 çocuk ve iki bebek öldürdü, en az 102 kadın ve 59 kız çocuğuna tecavüz etti, 167 kadını taciz etti, 220 kadını yaraladı. 2011'de koruma talep ettiği, savcılığa veya polise şikâyetle bulunduğu ya da sığınma evlerine yerleştirildiği halde 11 kadın öldürüldü, üç kadın ağır yaralandı. Kimi zaman şikâyet ettikleri erkeklerle nikâhı olmadığı için kadının koruma talebi reddedildi, kimi zaman yeterli önlem alınmadığı için kadınlar öldürüldü. (<http://bianet.org/kadin/insan-haklari/135404-erkekler-257-kadin-oldurdu>)
- Türkiye'de kadın cinayetlerinin sayısı yedi yılda yüzde 1400 arttı. Adalet Bakanlığı'nın verilerine göre, Türkiye'de kadınlara yönelik cinayet oranı son istatistiklere göre 2002 ile 2009 yılları arasında yüzde 1400 artış gösterdi. 2002 yılında öldürülen kadın sayısı 66 iken bu rakam 2009'ın ilk yedi ayında 953'e çıktı. Resmi kayıtlara göre, 2003'te 83, 2004'te 128, 2005'te 317, 2006'da 663, 2007'de 1011, 2008'de ise 806 kadın cinayete kurban gitti (<http://bianet.org/bianet/kadin/132742-kadin-cinayetleri-14-kat-artti>).

ŞİDDET EN ÇOK YAKINLARDAN GELİYOR...

- Ağustos ve Ekim 2008 arasında ülke genelinde 24.048 hane ziyaret edilerek, 17.168'den fazla hanehalkıyla ve yaklaşık 12.795 kadınla yüz yüze görüşülerek hazırlanan Hacettepe Nüfus Etütleri Merkezi'nin "Türkiye'de Kadına Yönelik Aile Şiddet Araştırması" verilerine göre, ülke genelinde evlenmiş kadınların yüzde 39'u fiziksel şiddete, yüzde 15'i cinsel şiddete, yüzde 42'si fiziksel veya cinsel şiddete, yüzde 44'ü duygusal şiddet/istismara yaşamlarının herhangi bir döneminde eşleri veya birlikte oldukları kişiler tarafından maruz kalmaktadırlar. (Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması 2008, Hacettepe Nüfus Etütleri Enstitüsü)
- Yine aynı araştırmaya göre, kadınların eşleri ya da yakın ilişkide oldukları erkeklerden gördükleri fiziksel ya da cinsel şiddet, ailelerinden, akrabalarından ya da tanımadıkları kişilerden gördükleri şiddetten daha yaygındır. (Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması 2008, Hacettepe Nüfus Etütleri Enstitüsü)
- 2003 yılından 2010 yılı sonuna kadar KA.MER'den destek alan 750 kadından 414'ünün bilgileri doğrultusunda hazırlanan bir diğer rapor da bu bilgiyi doğrulamakta, kadınların en yakınındaki erkekler tarafından şiddet gördüğünü açıklamaktadır.

Şiddeti Uygulayanın Kimliği	Namus Cinayetleri	
	Sayı	Yüzde
Koca / Birlikte olduğu kişi	258	62,3
Baba / Ağabey	135	32,6
Kayınpeder / Kayınbirader	2	0,5
Ailedeki diğer kadınlar	2	0,5
Oğlu / Çocukları	0	0
Diğer	17	4,1
Toplam	414	100

Kaynak: İstersek Biter, KAMER Yayınları, Nisan 2011.

KADIN SIĞINMAEVLERİ:

- SHÇEK'e bağlı olarak hizmetlerini sürdüren 51 Kadın Konukevi bulunmakta olup, toplam kapasitesi 1133'tür. Belediyeler tarafından bağımsız işletilen ve toplam kapasiteleri 554 olan 24 Kadın Konukevi/sığınmaevi bulunmaktadır. Özel hukuk tüzel kişilerine ait üç Kadın Konukevi/sığınmaevi mevcut olup, kapasiteleri 42'dir. Buna göre ülkemizdeki kadın konukevi/sığınmaevi sayısı 78 olup, toplam kapasite 1729'dur (Ankara Milletvekili Aylin Nazlıaka tarafından 14 Temmuz 2011 tarihinde verilen soru önergesine, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı tarafından 1 Kasım 2011'de verilen cevap).

Kaynak: http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/yazili_sozlu_soru_sd.onerge_bilgileri?kanunlar_sira_no=94566).

"ÇOCUK GELİNLER":

- Hacettepe Üniversitesi'nin Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması'na (2008) göre, 18 yaşın altında evlenen kadınların oranı yüzde 28'dir. Bu oran bölgeler arası farklılık göstermektedir; Orta Anadolu'da yüzde 37'ye, Doğu ve Güneydoğu'da yüzde 40-42'ye çıkmaktadır.

Kaynak: Uçan Süpürge Erken Evlilikler/Çocuk Gelinler Politika Notu, 2012

UÇAN SÜPÜRGE'NİN ÇOCUK GELİNLER ARAŞTIRMASINDAN BAZI NOTLAR:

Uçan Süpürge'nin, Orta Anadolu'nun altı kentinde 146, bu bölge dışında kalan 44 şehirde 3185 kadın ile yaptığı anketten bazı sonuçlar (Orta Anadolu hariç):

- Cevaplayıcıların yüzde 54'ü 16-20 yaş grubundaki genç kadınlardır.
- Cevaplayıcılar arasında evli kadın oranı yüzde 21'dir.
- Evliliklerin yüzde 79'u 25 yaşına kadar gerçekleşmektedir. Bu yaştan sonra evlenen kadınların oranı sadece yüzde 21'dir.

- 18 yaşından küçük evlenenlerin oranı yüzde 14,3'dür.
- 17 yaşından küçük evlenenlerin oranı yüzde 9,3'tür.
- 15 Yaşından küçüklerin oranı yüzde 5'dir. Kızlar için ilk evlilik yaşının 25 olması gerektiğini söyleyenlerin oranı yüzde 42 ile en yüksektir. (Karşılaştırma: Orta Anadolu'da kızların ilk evlilik yaşının 20 olması gerektiğini söyleyenlerin oranı en yüksek: yüzde 34'tür.) Hem TÜİK istatistikleri, hem TNSA sonuçları Orta Anadolu'da evlilik yaşının Türkiye ortalamasından (yüzde 23) küçük olduğunu gösteriyor ve US sonuçlarını doğruluyor (yüzde 21,9).
- Orta Anadolu gibi, evlilik yaşının Türkiye ortalamasından daha küçük olduğu bir bölge daha var: Güneydoğu Anadolu. Bu bölgede oran yüzde 22,7.
- Hiç okula gitmeyen kadınların yüzde 33,3'ü kaçırılarak evlenmiş.

Kaynak: Uçan Süpürge Erken Evlilikler/Çocuk Gelinler Politika Notu, 2012.

4. EĞİTİMDE KADINLAR

YÜKSEKÖĞRETİM KURULU (YÖK):

Unvan/Kurul	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
YÖK Başkanı	1	0	0
YÖK Başkan Yardımcısı	2	0	0
YÖK Üyesi	15	2	13,3
YÖK Denetleme Kurulu	9	0	0

Kaynak: www.yok.gov.tr, Şubat 2012.

ÜNİVERSİTELER:

Unvan/Kurul	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Devlet Üniversitesi – Rektör	103	5	4,8

Kaynak: www.yok.gov.tr ve üniversitelerin web sayfaları, Şubat 2012.

2010-2011 ÖĞRETİM YILI ÖĞRETİM ELEMANLARI SAYILARI:

2010-2011 ÖĞRETİM YILI ÖĞRETİM ELEMANLARI SAYILARI	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Profesör	15529	4288	27,6
Doçent	8486	2735	32,3
Yardımcı Doçent	21717	7705	35,4
Öğretim Görevlisi	17520	6844	39
Okutman	8190	4917	60
Uzman	3257	1466	45
Araştırma Görevlisi	36669	17603	48
Çevirici	23	15	65
Eğitim ve Öğretim Planlayıcısı	104	26	25
TOPLAM	111495	45599	41

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu 2010-2011 yılı.

BİTİRİLEN EĞİTİM DÜZEYİ:

BİTİRİLEN EĞİTİM DÜZEYİ	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Okuma Yazma Bilmeyen	3.825.644	3.125.244	81,6
Okuma Yazma Bilen Fakat Bir Okul Bitirmeyen	13.448.484	7.004.823	52
İlkokul Mezunu	15.709.975	8.736.049	55,6
İlköğretim Mezunu	10.820.045	4.738.678	43,8
Ortaokul veya Dengi Okul Mezunu	3.127.204	1.180.460	37,7
Lise veya Dengi okul Mezunu	11.374.336	4.818.017	42,3
Yüksekokul veya Fakülte Mezunu	4.566.049	1.873.644	41
Yüksek Lisans Mezunu	365.791	147.899	40,4
Doktora Mezunu	113.862	43.074	37,8
Bilinmeyen	2.782.071	1.310.993	47,1
TOPLAM	66.133.461	32.978.881	49,8

Kaynak: Milli Eğitim Bakanlığı, Şubat 2012.

ÖĞRETMEN SAYILARI:

ÖĞRETMEN SAYILARI	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
Okul Öncesi Eğitim	48.330	44.916	92,9
İlköğretim	503.328	266.074	52,8
Ortaöğretim	227.705	94.612	41,5

Kaynak: Milli Eğitim İstatistikleri, 2010-2011, MEB Yayınları.

2010-2011 ÖĞRETİM YILI YÜKSEKÖĞRETİM ÖĞRENCİ SAYILARI	TOPLAM SAYI	KADIN SAYISI	KADIN ORANI (%)
	3817086	1723602	45,15

Kaynak: Yükseköğretim Kurulu 2010-2011 yılı istatistikleri.

5. SİYASİ PARTİLERDE KADINLAR**BARIŞ VE DEMOKRASİ PARTİSİ:**

UNVAN/KURUL	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN %
Merkez Yürütme Kurulu	21	9	42,8
Parti Meclis Üyesi (Asil)	80	33	41,2
Merkez Disiplin Kurulu (Asil)	7	2	28,5
İl Başkanları (Eşbaşkanlar dâhil)	47	18	38,3

Kaynak: Barış ve Demokrasi Partisi Genel Merkezi, Şubat 2012.

MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ:

UNVAN/KURUL	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN %
Merkez Yönetim Kurulu	76	4	5,2
Başkanlık Divanı	16	1	6,2
Merkez Disiplin Kurulu (Asil)	7	0	0
İl Başkanları	77	0	0

Kaynak: www.mhp.org.tr, Şubat 2012 (MHP Genel Merkezi, web sitesine yönlendirmiştir).

ADALET VE KALKINMA PARTİSİ:

UNVAN/KURUL	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN %
Merkez Yürütme Kurulu	20	3	15
Merkez Karar Yürütme Kurulu	51	15	29,4
Merkez Disiplin Kurulu (Asil)	11	3	27,2
İl Başkanları	81	0	0

Kaynak: Adalet ve Kalkınma Partisi Genel Merkezi, Şubat 2012.

CUMHURİYET HALK PARTİSİ:

UNVAN/KURUL	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN %
Merkez Yürütme Kurulu	17	4	23,5
Parti Meclisi	81	21	26
Yüksek Disiplin Kurulu	15	3	20
İl Başkanları	81	2	2,4

Kaynak: Cumhuriyet Halk Partisi Genel Merkezi, Şubat 2012.

SAADET PARTİSİ:

UNVAN/KURUL	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN %
Başkanlık Divanı	21	1	4,7
Genel İdare Kurulu	75	3	4
Disiplin Kurulu	11	0	0

Kaynak: www.sp.org.tr, Şubat 2012.

HALKIN SESİ PARTİSİ:

UNVAN/KURUL	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN %
Merkez Yürütme Kurulu	16	1	6,2
Danışma Meclisi	35	3	8,5
Yüksek Disiplin Kurulu	11	2	18,1

Kaynak: Halkın Sesi Partisi Genel Merkezi, Şubat 2012.

DEMOKRATİK SOL PARTİ:

UNVAN/KURUL	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN %
Başkanlık Kurulu	14	3	21,4
Parti Meclisi	69	10	14,4
Disiplin Kurulu	15	0	0
İl Başkanları	81	4	5

Kaynak: Demokratik Sol Parti Genel Merkezi, Şubat 2012.

DEMOKRAT PARTİ:

UNVAN/KURUL	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN %
Başkanlık Divanı	15	2	13,3
Genel İdare Kurulu	50	3	6
Merkez Karar Kurulu	70	5	7,1
Yüksek Haysiyet Divanı	21	4	19

Kaynak: Demokrat Parti Genel Merkezi, Şubat 2012.

EŞİTLİK VE DEMOKRASİ PARTİSİ

UNVAN/KURUL	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN %
Merkez Yürütme Kurulu	25	9	36
Parti Meclisi	100	40	40
Merkez Disiplin Kurulu	5	3	60
İl Başkanları	52	3	5,7

Kaynak: Eşitlik ve Demokrasi Partisi Genel Merkezi, Şubat 2012.

ÖZGÜRLÜK VE DAYANIŞMA PARTİSİ:

UNVAN/KURUL	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN %
Merkez Yürütme Kurulu	9	3	33,3
Parti Meclisi	60	20	33,3
Merkez Disiplin Kurulu	7	3	42,8
İl Başkanları	42	2	4,7

Kaynak: Özgürlük ve Dayanışma Partisi Genel Merkezi, Şubat 2012.

TÜRKİYE PARTİSİ:

UNVAN/KURUL	TOPLAM ÜYE SAYISI	KADIN ÜYE SAYISI	KADIN %
Merkez Yürütme Kurulu	6	1	16,6
Merkez Karar Yürütme Kurulu	23	5	21,7
Disiplin Kurulu	7	2	28,5
İl Başkanları	81	2	2,4

Kaynak: www.turkiyepartisi.org.tr, Şubat 2012; Aktaran KA.DER. Erişim: http://www.ka-der.org.tr/tr/down/2012_KADIN_ISTATISTIKLERI.pdf, 2013.

EK 2- DÜNYADA KADINA ŞİDDET

- Dünyada 1 milyar kadın erkek şiddetine uğruyor, her 6 dakikada bir kadın tecavüze uğruyor.
- ABD’de her yıl 4000 kadın dayak sonucu yaşamını yitiriyor.
- İngiltere’de her yıl ortalama 150 kadın erkek şiddetinden ötürü yaşamını yitiriyor.
- Fransa’da 500 bin kadın fiziksel şiddete maruz kalıyor. Her ay ortalama altı kadın aile içi şiddetin kurbanı.
- Danimarka’da (nüfusu beş milyon), her yıl 64 bin kadın erkek şiddetine maruz kalıyor.
- Almanya’da dört milyon kadın (her üç kadından biri) şiddet mağduru.
- İspanya’da ev içi şiddete maruz kalan kadınlar iki milyon civarında.
- Hollanda’da her yıl iki bin kadın, erkek şiddetiyle tanışıyor.
- Avusturya’da boşanmaların yüzde 59’u aile şiddetten kaynaklanıyor.
- Bir Japon kadını ortalama 84 yıl, bir Botsvanalı kadın sadece 39 yıl yaşıyor.
- Çin’de 44 milyon kadın kayıp!
- 1977’den beri Amerika’daki kürtaj kliniklerinde 80 bin şiddet ve taciz vakası yaşandı.
- Her yıl 120 bin kadın veya genç kız, Batı Avrupa’ya satılıyor.
- Kadın-erkek eşitsizliğinde dünyada dördüncü ülke olan Türkiye’de her üç kadından biri şiddete maruz kalıyor.
- G. Afrika’da her altı kadından biri, eşi tarafından düzenli tecavüze uğruyor.
- Pakistan’da ev kadınlarının yüzde 99’u, çalışanların yüzde 77’si kocaları tarafından dövülürken, Bangladeş’te cinayetlerin yüzde 50’si kadınların kocaları tarafından öldürülmesi oluşturmakta.
- Koreli kadınların üçte ikisi, eşlerinden sürekli dayak yerken, Hindistan’da her beş kadından biri “çeyizi yetersiz olduğu için” kocaları tarafından öldürülüyor.
- Ortadoğu ve Latin Amerika ülkelerinde “sadakatsizlik, dik başlılık, inatçılık, gerekçeleriyle eşlerini öldüren erkekler yargı önüne çıkmıyor ya da hemen aklanıyor.
- Azerbaycan’da kadınların yüzde 26’sı aile içi şiddete maruz kalıyor, dört kadından biri şiddetli dayak yiyor.

- Rusya’da yılda 12 binin üzerinde kadın, aile içi şiddet sonucunda yaşamını yitiriyor. Her yıl tecavüze uğrayan 14-15 bin arası kadının yüzde 16’sı 10-12 yaşlarındaki kız çocukları oluşturmaktadır.
- [Afrika ve Ortadoğu ülkeleri başta olmak üzere Malezya, Endonezya ve Hindistan]
Her yıl iki milyon genç kız ve kadın “sünnet” ediliyor (Özbudun, 2000:113-129).

EK 3- GÖRÜŞÜLEN KİŞİLERİN DEMOGRAFİK BİLGİLERİ

Görüşme Yapılan İl	Görüşülen Kişinin Doğum Yeri	Görüşülen Kişinin Doğum Tarihi	Görüşülen Kişinin Eğitim Durumu	Görüşülen Kişinin Medeni Hali	Görüşülen Kişinin Meslek Alanı	Görüşülen Kişinin Yaşadığı Yer
İstanbul	İstanbul	1933	Profesör	Evli	Hukuk ve Dernek	İstanbul
İstanbul	Ankara	1934	Profesör	Evli	Tıp ve Dernek	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1941	Lise Mezunu	Bekâr	Edebiyat	İstanbul
İstanbul	Antalya	1950	Üniversite Mezunu	Bekâr	Medya	İstanbul
Balıkesir	Ağrı	1950	Üniversite Mezunu	Evli	Turizm ve Çevre	Balıkesir/Almanya
İstanbul	İstanbul	1982	Konservatuar Mezunu	Evli	Sanat	İtalya
İstanbul	İstanbul	1972	Yüksek Lisans	Evli	Medya	İstanbul
İstanbul	Ankara	1954	Üniversite Mezunu	Evli	Sanatçı	İstanbul
Ankara	İzmir	1973	Üniversite Mezunu	Bekâr	Edebiyat ve Medya	İstanbul
Ankara	Mersin	1963	Üniversite Mezunu	Evli	Siyaset	Ankara
İstanbul	Manisa	1950	Profesör	Evli	Eğitim ve Feminizm	İstanbul
İstanbul	Ankara	1970	Konservatuar Mezunu	Bekâr	Sanat	İstanbul
Bodrum	İstanbul	1954	Konservatuar Mezunu	Evli	Sanat	Ankara/İstanbul/İngiltere

Görüşme Yapılan İl	Görüşülen Kişinin Doğum Yeri	Görüşülen Kişinin Doğum Tarihi	Görüşülen Kişinin Eğitim Durumu	Görüşülen Kişinin Medeni Hali	Görüşülen Kişinin Meslek Alanı	Görüşülen Kişinin Yaşadığı Yer
İstanbul	Antakya	1957	Üniversite Mezunu	Evli	Spor	İstanbul
İzmir	Denizli	1944	Üniversite Mezunu	Evli	Edebiyat ve Medya	İstanbul
İstanbul	Malatya	1956	Üniversite Mezunu	Evli	Medya	İstanbul
İstanbul	Antalya	1967	Üniversite Mezunu	Bekâr	Güzellik Endüstrisi	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1940	Profesör	Bekâr	Felsefe ve Dernek	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1964	Üniversite Mezunu	Bekâr	Eğitim	İstanbul
İstanbul	Ankara	1972	Üniversite Mezunu	Evli	Medya	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1953	MBA	Evli	Medya	İstanbul/ İtalya
İstanbul	İstanbul	1958	İlköğretim Mezunu	Evli	Sosyal Hizmetler	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1949	Profesör	Bekâr	Tıp ve Eğitim	İstanbul
İstanbul	Ankara	1973	Doktora	Bekâr	Siyaset	İstanbul/ Ankara
İstanbul	İstanbul	1949	Üniversite Mezunu	Evli	Sanat ve Eğitim	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1956	Üniversite Mezunu	Evli	Moda	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1928	Konserva- tuar Mezunu	Bekâr	Sanat	İstanbul
İstanbul	Kastamo- nu	1948	Profesör	Evli	Moda ve Eğitim	İstanbul

Görüşme Yapılan İl	Görüşülen Kişinin Doğum Yeri	Görüşülen Kişinin Doğum Tarihi	Görüşülen Kişinin Eğitim Durumu	Görüşülen Kişinin Medeni Hali	Görüşülen Kişinin Meslek Alanı	Görüşülen Kişinin Yaşadığı Yer
İstanbul	Kırklareli	1954	Yüksek Lisans	Bekâr	Güzellik Endüstrisi	Ankara
İzmir	Balıkesir	1982	Üniversite	Evli	Güzellik Endüstrisi	İstanbul
İstanbul	Ürgüp	1963	Üniversite Mezunu	Evli	Medya	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1953	Üniversite Mezunu	Bekâr	Güzellik Endüstrisi	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1967	Üniversite Mezunu	Evli	Medya	İstanbul
İstanbul	Ankara	1947	Yüksek Lisans	Evli	Hukuk ve Feminizm	İstanbul
İstanbul	Ankara	1942	Üniversite Mezunu	Bekâr	Hukuk, Dernek ve Feminizm	İstanbul
İstanbul	Erzurum	1950	Üniversite Mezunu	Bekâr	Vakıf ve Edebiyat	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1961	Üniversite Mezunu	Evli	Psikoloji ve Dernek	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1957	Konservatuar Mezunu	Bekâr	Sanatçı	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1938	Profesör	Evli	Tıp	İstanbul
Ankara	Ankara	1967	Profesör	Evli	Eğitim	Ankara
İstanbul	Kahramanmaraş	1958	Konservatuar Mezunu	Evli	Sanatçı	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1983	Üniversite Mezunu	Evli	Medya	İstanbul

Görüşme Yapılan İl	Görüşülen Kişinin Doğum Yeri	Görüşülen Kişinin Doğum Tarihi	Görüşülen Kişinin Eğitim Durumu	Görüşülen Kişinin Medeni Hali	Görüşülen Kişinin Meslek Alanı	Görüşülen Kişinin Yaşadığı Yer
İstanbul	Rize	1945	Profesör	Evli	Din Eğitimi	İstanbul
Ankara	Gaziantep	1966	Üniversite Mezunu	Evli	Siyaset	Ankara
İstanbul	İzmir	1957	Yüksek Lisans	Evli	Antropoloji	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1966	İlkokul Mezunu	Evli	Moda	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1923	Yüksek Lisans	Evli	Medya ve Edebiyat	İstanbul
İstanbul	Adana	1980	Konserva- tuar Mezunu	Bekâr	Sanatçı	İstanbul
İstanbul	İstanbul	1979	Üniversite Terk	Evli	Medya	İstanbul
İstanbul	İzmir	1965	Profesör	Evli	Estetik Cerrahi	İstanbul

EK 4- KİŞİSEL TANITIM BİLDİRİSİ VE GÖRÜŞME REHBER FORMU

..... iyi günler, ben Yeditepe Üniversitesi Antropoloji bölümü doktora öğrencisi Ebru Güzel. Burada “Kültür Sorunu Olarak Güzellik ve Kadın” konu başlıklı doktora tezi araştırması için bulunmaktayım. Tez tamamlandığı takdirde kitap olma olasılığını belirtmek isterim. Bu bağlamda istemediğiniz takdirde isminiz, mesleğiniz ve sosyal konumunuzdan bahsetmeden görüşlerinize yer verebilirim. Kimliğinizin açıkça yazılmasında bir sakınca var mı?

E.G. Teşekkür ederim. Araştırmanın herhangi bir aşamasında vazgeçmekte özgürsünüz. Araştırmada yer alan soruları sormak için izninizi rica ediyorum.

Görüşme Rehber Formu

Görüşmeci Adı Soyadı :

Görüşülen Adı Soyadı :

Görüşme Tarihi :

Görüşme Yeri :

Görüşme Süresi :

I. Kişisel Bilgiler

Doğum Yeri :

Yaşı :

Eğitimi :

Medeni Hali :

Şu Anda Çalıştığı İş (Faaliyeti) :

Nerede Yaşadığı :

II. Derinlemesine Mülakat Soruları

- 1) Cumhuriyet'in ilanından günümüze bir değerlendirme yapacak olursanız, ülkemizde kadının toplumsal konumunda nasıl bir değişim gözlemlediniz? Özellikle tüketim çağında “metalaşan/nesneleşen kadın bedeni” söylemi hakkındaki düşüncelerinizi paylaşır mısınız?
- 2) Güzellik kavramına ilişkin düşüncelerinizi merak ediyorum. Kadın güzelliği size neyi çağrıştırıyor?
- 3) Fiziksel güzellik güç getirir mi ya da kadına öncelik (fırsat, şans) sağlar mı, anlatır mısınız?
- 4) Medyadaki kadının temsil ediliş biçimi, rol modeller ya da moda ikonları hakkında ne düşünüyorsunuz?
- 5) Sizce kadınlar güzelleşmek uğruna neden bunca acıya katlanıyor?
- 6) “Kişiliğini geliştiren ve öğrenmeye hep açık olan 50 yaşındaki bir kadın menopozla birlikte cinsiyetçi baskıdan uzaklaştığı için önce özgürleşiyor, sonra güzelleşiyor olabilir mi?” ifadeleri konusundaki düşüncelerinizi anlatır mısınız?
- 7) “Eril tahakkümün altında, erkeklerde var olduğu iddia edilen bir kadın korkusu ya da iktidarı kaybetme korkusu yatıyor” ifadesi hakkındaki düşüncenizi anlatır mısınız?

EK 5- GÜZELLİĞİ ANLATAN KAVRAMLAR

KAVRAMLAR	AÇILIMI
GÜZELLİK	Güzellik objede değil, bakan gözdedir.
ÇEKİCİLİK	Çekicilikte matematik yoktur; enerji, duygu, zekâ, iyilik, tavır ve davranışlar, toplumsal ve sosyal pek çok zenginlik vardır.
KARİZMA	Günlük yaşamda karizmatik derken çekici demek isteriz. Oysa “karizma”, kalabalıkların bir kişiyi çekici bulmasıdır.
KİŞİLİK	Yalnız kişilik güzelliğinden ibaret olan bir kadın ortalama bir estetiğe sahipse, güzeldir.
AKIL	Akıyla ön planda olan bir kadın, toplumda kalıcı bir yer edinebilir.
BEDEN-RUH	Bugünkü ıstırapımızın nedeni, beden ve ruh olarak ikiye bölünmemizden kaynaklanıyor.
ATMOSFER MİMARİ	Kendine ve etrafına bir atmosfer inşa edebilen kadın güzeldir.
FIRSAT	Güzelliğin getirisi: Güzellik ilk bakışta bir fırsat doğurur.
BECERİ	Bir performans, beceri sunan kadın çekicidir.
ÇİRKİNLİK	Estetik bir değerdir. Çirkin ya da yaşlı bir kadın çekici olabilir.
IŞIK	Büyüleyici bir özellik, aura, enerji.
İDEAL GÜZELLİK	İdeal güzellik sonradan öğrenilen bir şeydir.
DAYATILAN GÜZELLİK	İmaj seti: ince beden, hokka burun, dolgun meme ve dudak, yanık ten gibi salt görünüme odaklı ideal güzellik dayatması. Büyük ölçüde ticari bir şeydir.
ÖZGÜRLÜK	Güzel kadın, özgür bir bireydir. Bu büyük bir mücadele gerektirir. Gerçek anlamda özgürleşmek, önünüze koyduğunuz modelle içinizin örtüşmesi demektir.
İÇ DÜNYA	Güzellik, bize dayatılan bir şey olduğu kadar, bizim iç dünyamızdaki referanslarımızla da ürettiğimiz bir şeydir.
DIŞ DÜNYA	“Görünüyorum, öyleyse varım!”
TENSEL-TİNSEL	Mutluluk için tensel ve tinsel güzelliğin birlikteliği gereklidir.
FEMİNER ENERJİ	Çekicilikte “feminer enerji”, konuşma yeteneği, ses tonu, doğru jest ve mimikler gibi farklı boyutlar vardır.
CEMAL	Allah’ın sıfatının tüm evrende yer bulduğu bir anlayış.
KUSURLULUK	Kadınların birbirine bakışı kusur aramaya yöneliktir.
MÜKEMMELLİK	Mükemmelliğin ölçüsü, altın orandır. Ne kadar çok altın orana sahipse bir kadın, baş döndürücü bir güzellik ortaya çıkar.
EĞİTİM	Eğitim ve kültürle güzelliğe ilişkin değerler kısmen artar.
OTORİTE	Günümüz güzellik anlayışını tanımlayan “otorite”dir.
İKTİDAR	Güzellik iktidar (güç) sağlar, ama yol almak için yeterli değildir.
GÜZELLİK HİYERARŞİSİ	En güzel olma telaşı, kadınlar arası rekabet vs. Çünkü güzellik bir güç, bir silah, bir mübadele aracı olarak görülüyor.
LANETLİ GÜZELLİK	Güzellik, kıskançlık ve hazımsızlığa neden olduğundan lanetlidir. Güzel olan yalnızdır.
PROFESYONEL GÜZELLİK	Modeller, kraliçeler, rol modeller, moda ikonları, ünlüler vs.
BEDEN	Beden bakımı çağdaş insanın bir sorumluluğudur.
MARKA	Şahsiyetin yerini alan görüntü, esaret, üniforma.
ÇIPLAKLIK	Muhafazakârlığı arttırıyor.
MUTLULUK	Mutluluk vaadi güzellik paketine ilişik. Kadınlar güzel bir resim oluşturabilmek için o kadar çok mesai harcıyor ki sonunda güzel, süslü, iyi görünen; lezzetsiz pastalara dönüşüyor.
BÜTÜNCÜL GÜZELLİK (HOLİSTİK BEAUTY)	Kişilik, akıl, fiziksel özellikler, eğitim ve duygusal zekâ ile bir bütün olan ve harmoniye/uyuma dayanan güzellik anlayışı.

EK 6- GÖRSELLER

Görsel 2.1: “Knidos’lu Afrodit” heykeli (Praksiteles)

Görsel 2.2: Dişlerdeki altın oran

Görsel 2.3: “Tövbe Eden Meryem” (Charles le Brun, c.1652)

Görsel 2.4: “Urbino Venüs’ü” (Tiziano Vecellio, 1538)

Görsel 2.5: 1923 yılı Vogue Kapağı

Görsel 2.6: 1900 yılı Vogue Dergisi Kapağı

Görsel 2.7: Âlâ Güzel Yaşam Tarzı Dergisi Kapağı

Görsel 2.8: Hesna Dergisi Kapağı

Görsel 2.9: Âlâ Dergisi sayfaları ve bağımsız bir blog

Görsel 2.10: Kate Moss

Görsel 2.11: Estetik Kurbanı Yedi Ünlü Kadın

Görsel 2.12: Solange Magnano

Görsel 2.13: “Boyun Uzatma” (*neck-elongation*)

Görsel 2.14: “Yüz Delme”, Thaipusam Festivali (Singapur, 2006)

Görsel 2.15: “Yanak delme” (*cheek piercing*).

Görsel 3.1:Göktürkler, Uygur, Selçuklu ve Anadolu Selçuklu dönemlerinde kadın tasvirleri

Görsel 3.2: Zenanname’yi süsleyen minyatür

Görsel 3.3: Kurtuluş Savaşı’nda Türk Kadını

Görsel 3.4: Fatma Seher Hanım

Görsel 3.5: Atatürk’ü Haydarpaşa’da karşılayan kadınlar

Görsel 3.6: Jhonnes Vermeer’in (1658-1660) Süt Boşaltan Kadın tablosu ile Jean

Honore’un “Okuyan Genç Kız” (1776) tablosu

Görsel 3.7: Eugene Delacroix, “Liberty Leading the People” (1830)

EK 7- TABLOLAR

Tablo 1.1: Türk Toplumunun İktidar Yapısı

Tablo 2.1:Uluslararası Estetik Plastik Derneği (ISAPS)'nin 2010 yılı raporu

Tablo 3.1: 1927-90 Yılları Arasında Sosyal Değişim

KAYNAKLAR

- ABU-LUGHOD, Lila, 1991, "Writing Against Culture", Recapturing Anthropology, Richard Fox (ed), NM:School of American Research Press, Santa Fe.
- ABU-LUGHOD, Lila, 2004, *Peçeli Duygular*, çev. Suat Ertüzün, Epilson Yayınları, İstanbul.
- ADORNO, W. Theodor, 1990, *Eleştiri: Toplum Üstüne Yazılar*, Çev. M. Yılmaz Öner, Belge Yayınları, İstanbul.
- AKÇURA, Yusuf, 1981, *Yeni Türk Devletinin Öncüleri*, Kültür Bakanlığı, Ankara.
- AKDOĞAN, Hatice, [2001] 2004, *Medyada Kadın*, 2.Baskı, Ceylan Yayınları, İstanbul.
- AKTAŞ, Cihan, 2007, *Bir Hayat Tarzı Eleştirisi: İslamcılık*, Kapı Yayınları, İstanbul.
- ALEMDAROĞLU, Ayça, 2005, "Politics of the Body and Eugenic Discourse in Early", Republican Turkey, *Body & Society*, SAGE Publications, London, Thousand Oaks and New Delhi, Vol 11(3).
- ALTAY, Derya, [2003] 2005, "Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan", Kadife Karanlık içinde, 2.bs., Su Yayınları, İstanbul.
- ALTHUSSER, Louis, 1994, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- ALTINAY, Ayşe Gül, 2007, "90'larda Türkiye'de Feminizm, Kadın Çalışmaları Öğrencisi Olmak" (Satı Atakul), İletişim Yayınları, İstanbul.
- APPIGNANESI, R. ve C. GARRET, [2005] 2007, "Herkes İçin Postmodernizm", Antropoloji Kuram/Kuramcılar içinde, 2.Baskı, Dipnot Yayınları, İstanbul.
- ARAT, Necla, 1996, *Etik ve Estetik*, Say Yayınları, İstanbul.
- ARAT, Necla, 1980, *Kadın Sorunu*, Edebiyat Fakültesi Matbaası, İstanbul.
- ARAT, Yeşim, 1997, "The Project of Modernity and Women in Turkey", in S Bozdoğan and R. Kasaba (eds), *Rethinking Modernity and Rational Identity in Turkey*, University of Washington Press, Washington, DC.
- ARIKAN, Türkan, t.y, *Atatürk'ün Türk Kadını Hakkındaki Görüşlerinden Bir Demet*, Atatürk Türk ve Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.
- ARSAN Esra, Ezgi Ünal ve Seda Türkoğlu, 2009, "Cinsiyetçilik ve Medya: 'Güzin Abla' Köşesinde Yeniden Üretilen Ataerkil Cins Kimlikleri", Cogito: "Feminizm", sayı:58 (Bahar), YKY, İstanbul.
- ARSLAN, Ali, 2007, *Elit Sosyolojisi*, Phoenix, Ankara.

- ATLI, Betül, 2007, Moda Tarihi, “Basılmamış Bahar Dönemi Lisans Dersi Notları”, Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul.
- AYDOĞAN, Filiz, 2004, “Popüler Kültür Üzerine Yazılar”, Mediacat, İstanbul.
- AZOULAY, Elisabeth (ed.), 2010, *100.000 Years of Beauty*, Gallimard, France.
- BAKER-SPERRY, Lori and Liz Grauerholz, 2003, “The Pervasiveness and Persistence of the Feminine Beauty Ideal in Children's Fairy Tales”, *Gender and Society*, Vol. 17, No. 5, October.
- BALKIR, Gönül ve D. T. Apaydın, 2011, “Küreselleşmenin Kadın Yoksulluğuna Etkisi”, Kadın ve Yoksulluk Konferansı Kitapçığı içinde, Ed. Nazan Moroğlu, CM Basım Yayın, İstanbul.
- BARTHES, Roland, [1992] 2005, *Bir Aşk Söyleminden Parçalar*, 3.Basım, Metis İstanbul.
- BARTHES, Roland, [2006] 2007, *Yazı Üzerinde Çeşitlemeler Metnin Hazzı*, Çev. Şule Demirkol, 2.baskı, YKY, İstanbul.
- BAŞAKMAN, Mutlu, 1979, *Eternal Meeting: Memories and Images*, (C) Başakman.
- BAUDRILLARD, Jean, 1997, *Tüketim Toplumu*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- BAUDRILLARD, Jean, 2010, *Nesneler Sistemi*, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.
- BAYBORA, Dilek, 2010, “Çalışma Yaşamında Yaş Ayrımcılığı ve Amerika Birleşik Devletleri’nde Yaş Ayrımcılığı Düzenlemesi Üzerine”, içinde Çalışma ve Toplum. Erişim: <http://calismatoplum.org/sayi24/baybora.pdf>
- BAYRAKTAR, Feyza, 2011, *Yemek ya da Yememek*, Doğan Kitap, İstanbul.
- BEAUVOIR, de Simone, 1949, *The Second Sex*, translated by H.M. Parshley, Vintage, London.
- BENEDICT Ruth, 2003, *Kültür Kalıpları*, Payel Yayınevi, İstanbul.
- BERGER, John, 2009, *Görme Biçimleri*, Metis, İstanbul.
- BERKTAY, Fatmagül, [1996] 2000, *Tektanrılı Dinler Karşısında Kadın*, 2.bs., Metis Yayınları, İstanbul.
- BERKTAY, Fatmagül, 2003, *Tarihin Cinsiyeti*, Metis Yayınları, İstanbul.
- BERKTAY, Fatmagül, 2004, “Kadınların İnsan Haklarının Gelişimi ve Türkiye, Sivil Toplum ve Demokrasi Konferans Yazıları”, Bilgi Üniversitesi Sivil Toplum Kuruluşları Eğitim ve Araştırma Birimi, No.7, İstanbul.
- BERKTAY, Fatmagül, 2009, “Feminist Teorinin Önemli Bir Alanı: Cinsellik, “Feminizm” Cogito sayı:58 (Bahar), YKY, İstanbul.

- BİNYAZAR, Adnan, 1996, *Dede Korkut*, YKY, İstanbul.
- BİRKALAN-GEDİK, Hande ve F. Berkay, 2009, “Türkiye’de Feminizmi ve Antropolojiyi Yeniden Düşünmek: Feminist Antropoloji üzerine Eleştirel Bir Deneme”, *Cogito* sayı:58 (Bahar), YKY, İstanbul.
- BİRKALAN-GEDİK, Hande, 2011, “Türkiye’de 2000’li Yıllarda Farklılık, Cinsel Kimlikler ve Kimlik Politikalarının Yönetimi”, *Cogito*, Yapı Kredi Yayınları, sayı:65-66, İstanbul.
- BLUM, L. Virginia, 2003, *The Culture of Cosmetic Surgery*, University of California Press, Berkeley, L. A, London.
- BOCK, Gisela, 2004, *Avrupa Tarihinde Kadınlar*, Literatür Yayınları, İstanbul.
- BORA, Aksu, 2007, “Bir Yapılabilirlik Olarak KA-DER”, 1990’larda Türkiye’de Feminizm içinde, İletişim Yayınları, İstanbul.
- BORDO, Susan, 1993, *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture, and the Body*. Berkeley: University of California Press, Berkeley, L.A, London.
- BORDO, Susan, 1994, *The Male Body: Features, Destinies, Exposures*, Ed. Laurence Goldstein, Ann Arbor: University of Michigan Press.
- BOTTOMORE, T. B., 1969, *Elites and Society*, Penguin Books, England.
- BOURDIEU, Pierre, 1986, “The Forms of Capital”, in *The Sociology of Economic Life*, Second Edition, edited by M. Granovetter and R. Swedberg. Boulder, [Translated by Richard Nice], CO: Westview. Erişim: <http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm>
- BOURDIEU, Pierre, 1991, *Language and Symbolic Power*, Harvard University Press, Cambridge.
- BOURDIEU, Pierre, [1968] 1993, *The Field of Cultural Production*, Polity Press, Cambridge.
- BOURDIEU, Pierre, 1995, *Pratik Nedenler: Eylem Kuramı Üzerine*, Çev. Hülya Tufan, Kesit Yayıncılık, İstanbul.
- BOURDIEU, Pierre, 1996, *The State Nobility: Elite schools in The Field of Power*, Translated by Laretta C. Clough, Polity Press: Cambridge.
- BOURDIEU, Pierre, 1997, *Toplumbilim Sorunları*, Çev. Işık Ergülen, Kesit Yayınları, İstanbul.
- BOURDIEU, Pierre, 1997, *Televizyon Üzerine*, Çev. Turhan Ilgaz, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- BOURDIEU, Pierre, 1998, *Practical Reason*, Stanford University Press, California.

- BOURDIEU, Pierre, 2001, *Masculine Domination*, Polity Press, Cambridge.
- BOURDIEU, Pierre and WACQUANT, 2003, *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, Çev. Nazlı Ökten, İletişim Yayınları, İstanbul.
- BOURDIEU, Pierre, 2005, *The Logic of Practise*, trans. Richard Nice, Polity Press, Cambridge.
- BOURDIEU, Pierre, 2006, *Karşı Ateşler*, Çev. Halime Yücel, YKY, İstanbul.
- BRAUDEL, Fernand, 1981, "The Structures of Everyday Life; Civilizationa and Capitalism, 15th - 18th Century", Harper & Row, Vol. 1, New York.
- BRIZENDINE, Louan, [2007] 2008, *Kadın Beyni*, 8. Baskı, Say Yayınları, İstanbul.
- BROOKS, Abigail, 2004, "Under the Knife and Proud of It: An Analysis of the Normalization of Cosmetic Surgery", Critical Sociology, Volume 30, Issue 2.
- BUMİN, Tülin, [2001] 2001, *Hegel: Bilinç Problemi Köle-Efendi Diyalektiği Praksis Felsefesi*, Yapı Kredi Yayınları, 4.bs., İstanbul.
- BURSALI, Orhan, 2008, *Türban*, Cumhuriyet Yayınları, İstanbul.
- BUTLER, Judith, 2008, *Cinsiyet Belası*, Metis Yayınları, İstanbul.
- BUTLER, Judith, 2009, "Toplumsal Cinsiyet Düzenlemeleri", Cogito sayı:58 (Bahar), YKY, İstanbul.
- CANER, Emre, 2004, *Kutsal Fahışeden Bakire Meryem'e Toprak ve Kadın*, Su Yayınları, İstanbul.
- CAPORAL, Bernard, 1982, *Kemalizm'de ve Kemalizm Sonrasında Türk Kadını*, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul.
- CAPORAL, Bernard, 2000, *Kemalizm Sonrasında Türk Kadını*, Yenigün Haber Ajansı Basım ve Yayıncılık, İstanbul.
- CEBECİ, Dilaver, 2001, *Divan Şiirinde Kadın*, Türk Araştırma Vakfı, İstanbul.
- CLIFFORD, James, 1986, *Writing Culture*, University of California Press, Berkeley and Los Angeles.
- COHEN, C. Ballerino, R. Wilk and B. Stoeltje, 1996, *Beauty Queens on The Global Stage*, Routledge, New York and London.
- CORBIN, Alain, 2008, *Beden Tarihi 1: Rönesans'tan Aydınlanmaya*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- COWARD, Rosalin, 1993, *Kadınlık Arzuları*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

- CRANE, Diana, 2003, *Moda ve Gündemleri*, Ayrıntı yayınları, İstanbul.
- CREHAN, Kate, 2006, *Gramsci Kültür Antropoloji*, çev. Ümit Aydoğmuş, Kalkedon, İstanbul.
- ÇABUKLU, Yaşar, 2004, *Toplumsalın Sınırında Beden*, Pusula Yayıncılık, İstanbul.
- ÇAKIR, Serpil, [1994] 2011, *Osmanlı Kadın Hareketi*, 3. Baskı, Metis Yayınları, İstanbul.
- ÇETİNKAYA, Ülkü, 2011, “Osmanlı Dönemi Kadın Süs Malzemelerinin Divan Şiirine Yansımaları”, *Ortaçağda Kadın içinde*, ed. Altan Çetin, Lotus Yayınevi, İstanbul.
- ÇOBAN, Barış, [2003] 2005, “Aynalar Şövalyesi ya da Bilinçdışının Kâşifi Lacan”, *Kadife Karanlık içinde*, 2.bs., Su Yayınevi, İstanbul.
- DAVIS, Fred, 1997, *Moda, Kültür, Kimlik*, 1.bs, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- DELANEY, Carol, 2001, *Tohum ve Toprak*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- DELİCE, Güven ve Cengiz Yavilioğlu, 2010, “Türkiye’de Özelleştirme Politikaları”, içinde *Dünyada ve Türkiye’de Özelleştirme Uygulamaları: Teorik ve Tarihi Bir Perspektifi*, ed. Cengiz Yavilioğlu, Güven Delice, Onur Özsoy, T.C. Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Yayını No:1, Ankara.
- DICKENS, Charles, 2006, *İki Şehrin Hikâyesi*, İlya Yayıncılık, İstanbul.
- DIELEMAN, Jocco, 1998, “Fear of Women? Representation of Women in Demotic Wisdom Text”s, *Studien zur Altägyptischen Kultur*, Bd.25
- DILLAWAY, E. Heater, 2005, “Menopause is in the ‘Gold Old’: Women’s Thoughts about Reproductive Aging”, *Gender and Society*, Vol.19, No.3, January.
- DİNÇEL, Birol, t.y , *Post Feminist Teori*. Erişim:
<http://www.scribd.com/doc/12886849/PostFeminist-Teoriye-Genel-Bir-Giri>
- DİREK, Zeynep, 2007, *Cinsiyetli Olmak*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- DİREK, Zeynep, 2009, “Simone de Beauvoir: Abjeksiyon ve Eros Etiği”, *Cogito*, sayı:58 (Bahar), YKY, İstanbul.
- DOĞRAMACI, Emel, 1993, *Atatürk’ten Günümüze Sosyal Değişmede Türk Kadını*, Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Araştırma Merkezi, Ankara
- DOLTAŞ, Dilek, 2003, *Postmodernizm ve Eleştirisi*, İnkılâp, İstanbul.
- DOVE ARAŞTIRMASI, [2005] 2006, “Basmakalıpların Ötesinde: Güzellik İnançlarının Temelini Yeniden Yapılandırmak”, Nancy Etcoff, Susie Orbach, Jennifer Scott, Heidi D’Agostino, Unilever.
- DUBY, Georges ve Michelle Perrot, 2005, *Kadınlar Tarihi*, Cilt I, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

- DUBY, Georges ve Michelle Perrot, 2005, *Kadınlar Tarihi, Devrimden Dünya Savaşına Feminizmin Ortaya Çıkışı*, Cilt IV, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- DUBY, Georges ve Michelle Perrot, 2005, *Kadınlar Tarihi, Yirminci Yüzyılda Kültürel Bir Kimliğe Doğru*, Cilt V, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- DURUDUĞAN, Hülya, 2007, *Unes Femmes: Kristeva, Psikanaliz ve Kadın*, Cinsiyetli Olmak içinde, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- ECEVİT, Yıldız, 2009, “Kadın Emeğini Değersizleştiren İki Ortak: Ataerkillik ve Kapitalist Piyasa”, *Kendine Ait Bir Oda*. Erişim: <http://kendineaitbiroda.wordpress.com/2009/07/30/kadin-emegini-degersizlestiren-iki-ortak-ataerkillik-ve-kapitalist-piyasa-yildiz-ecevit/>
- ECEVİT, Yıldız, 2009, “Eşitlik ve Çalışma Yaşamında Kadınlar”, içinde *Meslek Sahibi Kadınlar Eşitliğin Kapısını Aralar*, Denizli Sanayi Odası, D&S For DWE AB Hibe Projesi. Erişim: http://www.dwenonline.org/userFiles/File/Yildiz%20Ecevit_2003.pdf
- ECEVİT, Yıldız, 2010, “Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele Hakkında Bazı Sosyolojik Değişimler”, BGSS Workshop Documentation, Published By The Berlin Graduate School Of Social Sciences (BGSS), Berlin. Erişim: <http://www.bgss.huberlin.de/bgssonlinepublications/workshop%20Docu/workshopper%20de%20tr>
- ECO, Umberto, 2006, *Güzelliğin Tarihi*, Doğan Kitapçılık, İstanbul.
- EDMONDS, Alexander, 2007, “The Poor Have The Right To Be Beautiful: Cosmetic Surgery in Neo-liberal Brazil”, *Journal of the Royal Anthropological Institute* (N.S.), 13.
- EDMONDS, Alexander, 2008, “Beauty and Health: Anthropological Perspectives”, *Medische Antropologie*, January.
- ELÇİK, Gülnur, 2009, *İğdiş Edilmiş Güzellik*, “Feminizm” Cogito sayı:58 (Bahar), YKY, İstanbul.
- ELİUZ, Ülkü, 2009, “Cinsel Kimlik Paniği: Kadın Olmak”, içinde *Türkiye’de Kadın Hakları Sorunları ve Çözüm Yolları*, Atatürk Araştırma Merkezi Başkanlığı Yeditepe Üniversitesi Yakın Dönem Tarih Araştırma Merkezi, İstanbul.
- ERASLAN, Sibel, 2007, *Uğultular... Siluetler...*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- ERDOĞAN, İrfan, K. Alemdar, 2005, *Popüler Kültür ve İletişim*, Erk Yayınları, Ankara. Erişim: <http://www.irfanerdogan.com/kitaplar/popkult2004.pdf>
- ERDOĞAN, Nihat, 2011, “Toplumbilimsel Açıdan Fahişelik”, *Bir Beyaz Gecede* içinde, Yeni Gün Basın ve Yayıncılık, İstanbul.

- ERGENEKON, Begümşen, 2002, Estetik Cerrahiye Başvurmanın Kültürel Nedenleri, “Basılmamış” Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Antropoloji Ana Bilim Dalı, Ankara.
- ETCOFF, Nancy, 1999, *Survival of The Prettiest: The Science of Beauty*, Doubleday, New York.
- FAROQHI, Suraiya, 2000, “18. Yüzyıl Anadolu Kırsalında Suç, Kadınlar ve Servet” Modernleşme Eşiğinde Osmanlı Kadınları içinde, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- FEATHERSTRONE, Mike, [1996] 2005, *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, Ayrıntı Yayınları, 2. Basım, İstanbul.
- FIÇICIOĞLU, 2012, “Yüz yüze görüşme notları”, Yeditepe Üniversitesi Hastanesi, Kadın Hastalıkları ve Doğum Anabilim Dalı, İstanbul.
- FISKE, John, [1982] 2002, *Introduction to Communication Studies*, 2.edition, Routledge, Landon & New York.
- FOUCAULT, Michel, [1996] 2007, *Cinselliğin Tarihi*, Çev. Hülya Uğur Tanrıöver, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- FREUD, Sigmund, [1905] 1999, *Cinsiyet Üzerine*, Çev. A. Avni Öneş, Say Yayınları, 8.Basım, İstanbul.
- FRIDAY, Nancy, 1984, *Annem ve Ben*, E Yayınları, İstanbul.
- FUKUYAMA, Francis, 2009 [2000], *Büyük Çözülme*, Çev.Hasan Kaya, Profil Yayıncılık, İstanbul.
- GEERTZ, Clifford, 1980, “Blurred Genres: The Refiguration of Social Thought”, *American Scholar* 29 (2).
- GENCEL-BEK, Mine ve M. Binark, 2000, Medya ve Cinsiyetçilik, KADER İçin Eğitim El Kitabı, Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, Ankara.
- GILLESPIE, Rosmary, 1996, “Women the Body and Brand Extention in Medicine Cosmetic Surgery and the Paradox of Choice”, *Women and Health* 24.
- GÖÇEK M. Fatma ve M. D. Bear, 2000, “18.Yüzyılda Galata Kadı Sicillerinde Osmanlı Kadınlarının Toplumsal Sınırları”, Modernleşme Eşiğinde Osmanlı Kadınları içinde, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- GÖKALP, Ziya, 1923, *Türkçülüğün Esasları*, Matbuat ve İstihbarat Matbaası, Ankara.
- GÖKALP, Ziya, 2005, *Türk Terbiyesi*, Toker Yayınları, İstanbul.
- GÖKSEL, Burhan, 1993, *Çağlar Boyunca Türk kadını ve Atatürk*, Kültür Bakanlığı, Ankara.

- GÖLE, Nilüfer, 1986, *Mühendisler ve İdeoloji*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- GÖLE, Nilüfer, [1991] 2008, *Modern Mahrem Medeniyet ve Örtünme*, Metis Yayınları, İstanbul.
- GRAMSCI, Antonio, 1971, *Selection of the Prison Notebooks*, edit by Quintin H. G. N. Smith, Lawrence & Wishhart, London.
- GUPTA, Akhil and J. Ferguson, 1992, "Space, Identity, and The Politics of Difference", in *Cultural Anthropology*, Volume 7, February, American Anthropological Association, Washington.
- GÜRDAL, Ayşegül, 2003, "İnce Beden Hastalığı", *Kadın Yaşantıları içinde*, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- GÜRSOY, Akile, 1998, "Sağlık, Gençlik, Güzellik", *Üç Kuşak Cumhuriyet*, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, İstanbul.
- GÜRSOY, Akile, 2007, *Antropoloji, İnsan Yerleşimleri ve Etik, Mimarlık ve Felsefe II Sempozyumu: "Etik-Estetik"*, İstanbul. Erişim: <http://www.antropoloji.net>
- GÜVENÇ, Bozkurt, 1997, *Kültürün abc'si*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- GÜVENÇ, Bozkurt, [1980] 2002, *Japon Kültürü*, İş Bankası Kültür Yayınları, 6. Basım, İstanbul.
- GÜVENÇ, Bozkurt, [1972] 2005, *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitapevi, 11. Basım, İstanbul.
- GÜVENÇ, Bozkurt, [1993] 2008, *Türk Kimliği*, Boyut Yayınları, 5. Basım, İstanbul.
- GÜVENÇ, Bozkurt, 2008, *Dünyanın Sonu mu?*, Sentez Yayınları, İstanbul.
- GÜVENÇ, Bozkurt, 2009, *Yöntem ve İdeoloji Sorunları*, "Basılmamış Bahar Dönemi Doktora Dersi Notları", Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul.
- GÜVENÇ, Bozkurt, [1972] 2010, *İnsan ve Kültür*, Remzi Kitapevi, 12. Basım, İstanbul.
- GÜVENÇ, Bozkurt, tarihsiz, *Bir Altınyıldız Çizelim*, TÜBİTAK Bilim Teknik Dergisi.
- GERÇEK, Mehtap, 2006, "Fransız Devriminden İtibaren Sanayi Devriminin Avrupa Kadın Giyimi Üzerindeki Etkileri", "Yayınlanmamış" Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü, İstanbul.
- HAIKEN, Elizabeth, 1999, *Venus Envy: A History of Cosmetic Surgery*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore and London.
- HAMERMESH S., Daniel & Jeff E. Biddle, 1994, "Beauty and the Labor Market", *The American Economic Review*, Vol. 84, No. 5, December.

- HANKIS, El mer, 2006, *The Toothpaste of Immortality*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore.
- HANSEN T., Karen, 2004, “The World in Dress: Anthropological Perspectif on Clothing, Fashion and Culture”, *Annual Review of Anthropology*, Vol.33.
- HAS HACİB, Yusuf, [1959] 2003, *Kutadgu Bilig*, Türk Tarih Kurumu, 8.Basım, Ankara.
- HORNEY, Karen, 1998, *Kadının Ruhsal Psikolojisi*, Payel Yayınevi, İstanbul.
- IMBER, COLİN, 2000, “Kadınlar, Evlilik ve Mülkiyet: Yeni ehirli Abdullah’ın Behcetü’l Fetvasında Mehr”, *Modernleşme E i inde Osmanlı Kadınları içinde*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- IŞIK, Emre, 1997, *Beden ve Toplum Kuramı*, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- İKİNCİ,  zlem, 2010, “Sağlıklı Beslenme Saplantı Olursa?”, *Bilim ve Teknik*, sayı 516 (Kasım).
- İLERİ, Nuri Celal, 1993, *Kadınlarımız*, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir.
- İNALCIK, Halil, [2007] 2009, *Atatürk ve Demokratik Türkiye*, Kırmızı Yayınları, 3.baskı, İstanbul.
- İNCEOĞLU, Yasemin ve Altan Kar, 2010, “Yeni G zelik İkonları: İnsan Bedeninin  zg rl   m , Mahk miyeti mi?”, *Kadın ve Bedeni içinde*, ed. Yasemin İnceoğlu ve Altan Kar, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- İNCİL, 2004, *The New Testament, The New King James Version*, Yeni Yaşam Yayınları, 4.Basım, İstanbul.
- JAY, Martin, 2001, *Adorno*,  ev.  nsal Oskay, Der Yayınları, İstanbul.
- JONES, Geoffrey, 2008, “Blonde and Blue-Eyed? The Globalization of the Beauty Industry 1945-1980”, *Harvard Business School*.
- JOY, Monry, 2006, “Tanrının Gözünden  tesi: Din  alı malarında Alternatif Perspektifler”, *Bedenler, Dinler ve Toplumsal Cinsiyet içinde*,  ev. Sibel  zbudun, Balkı  afak, İlker çayla,  topya, Ankara.
- KADI LU, Süheyla, 2001, *Bitmeyen Sava ım, Kadın Hareketleri Tarihi*, Sel Yayıncılık, İstanbul.
- POPÜLER KADIN İSTİHDAMINI GELİŞTİRME PROJESİ, 2000, “Popüler Kültür  r nlerinde Kadın İstihdamını Etkileyebilecek   eler”, Hülya, Tufan-Tanrıöver, Ay  Eyüboğlu, Feyza Ak, Cemal B. Akal, Kerem  ıdam, Tuna Erdem, Selim Eyüboğlu, Ömer U ur, Serpil G.  nal, T.C. Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.

- KAFADAR, Cemal, 1993, “Tanzimat’tan Önce Selçuk ve Osmanlı Toplumunda Kadınlar”, Çağlarboyu Anadolu’da Kadın Anadolu Kadınının 9000 Yılı içinde, Kültür Bakanlığı Yayınları, İstanbul.
- KAFADAR, Cemal, 2009, *Kim Var İmiş Biz Burada Yoğ İken*, Metis Yayınları, İstanbul.
- KALKAN, Atiye, 2010, *Tanrının Bahçesinde Bir Kadın*, Bildik Basın, Yayın, Dağıtım, İstanbul.
- KALKAN, İlknur, 1998, *Kadın ve Adalet*, Kaynak Yayınları, İstanbul.
- KANDİYOTİ, Deniz, [1997] 2007, *Cariyeler, Bacılar, Yurttaşlar: Kimlikler ve Toplumsal Dönüşümler*, Çev. Aksu Bora, Şirin Tekeli, Hüseyin Tapınç, Ferhunde Özbay, Metis, İstanbul.
- KANDİYOTİ, Deniz, 1997, “Gendering The Modern”, in S Bozdoğan and R. Kasaba (eds), *Rethinking Modernity and Rational Identity in Turkey*, University of Washington Press, Washington, DC.
- KARADUMAN, Ayşen, 2003, *Kozmetikler ve Kadın*, “*Toplumsal Cinsiyet Sağlık ve Kadın*”, Ed. Ayşe Akın, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara.
- KARAHAN, Müge, 2006, “47’liler’de Kadın Kimliğinin Kurulması: Kadının Simgeleştirilmesi”, *Varlık Dergisi* s.1184, Mayıs, İstanbul.
- KARDAM, Filiz ve Yıldız Ecevit, 2007, “1990’ların Sonunda Bir Kadın İletişim Kuruluşu: Uçan Süpürge”, 1990’larda Türkiye’de Feminizm içinde, Der. Aksu Bora & Asena Gül, İletişim Yayınları, İstanbul.
- KARPAT, H. Kemal, 2009, *Osmanlı’dan Günümüze Elitler ve Din*, Çev. Güneş Ayas, Timaş Yayınları, İstanbul.
- KAW, Eugenia, 1993, “Medicalization of Racial Features: Asian American Women and Cosmetic Surgery”, *Medical Anthropology Quarterly*, New Series, Blackwell Publishing, Vol.7, March.
- KAYA, Ali, 2007, “Alan Kavramı: Pierre Bourdieu’nün Pratik Kuramının Kiliti”, Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi içinde, İletişim Yayınları, İstanbul.
- KAYHAN Y., Türkân, 2005, Kadın Şairde Kadın: Şükûfe Nihal’in Şiirleri, “Basılmamış” Yüksek Lisans Tezi, Bilkent Üniversitesi Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Edebiyatı Bölümü, Ankara. Erişim: <http://www.thesis.bilkent.edu.tr/0002820.pdf>
- KELLER, Suzan, 1963, *Beyond The Rulling Class: Strategic Elites in Modern Society*, Random House, Newyork.
- KELLNER, Douglas, 2002, “Popüler Kültür ve Postmodern Kimiklerin İnşası”, *Birikim Dergisi: Korkularımızın Aynasında AB*, Temmuz.

- KENDALL, Laura, 2006, “Ama Cinsel Değil mi? Etnografik Bakışın Ötesinde Freud’cu Lapsus”, *Bedenler, Dinler ve Toplumsal Cinsiyet içinde*, Çev. Sibel Özbudun, Balkı Şafak, İlker Çayla, Ütopya, Ankara.
- KESİM, Sevgi ve Altan Kar, 2010, “Plastik Cerrahi, ‘Tanrım Beni Baştan Yarat!..’ Metaforunu Mümkün Kılabilir mi?”, içinde *Kadın ve Bedeni*, ed. Yasemin İnceoğlu ve Altan Kar, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- KERNBERG, F. Otto, [1995] 2003, *Aşk İlişkileri, Normallik ve Patoloji*, Çev. A. Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- KILIÇBAY, Barış and Mutlu Binark, 2002, “Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle: Fashion for Veiling in Contemporary Turkey”, *European Journal of Communication*, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, CA and New Delhi, Vol 17(4).
- KIRCA-SCHROEDER, Süheyla, 2007, *Popüler Feminizm Türkiye ve Britanya’da Kadın Dergileri*, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- KİLİ, Suna, 2000, *Atatürk Devrimi: Bir Çağdaşlaşma Modeli*, Türkiye İş bankası Yayınları, İstanbul.
- KİTAB-I MUKADDES, 1949, *Kitab-ı Mukaddes Şirketi*, İstanbul.
- KONFÜÇYUS, Konfüçyus Seçmeler “Lun-yü”, Çev. Mehmet Türdeş, Sarmal, İstanbul.
- KONGAR, Emre, 2000, *Atatürk Üzerine*, Remzi Kitapevi, İstanbul.
- KOTTAK, Philip, 2008, *Antropoloji: İnsan Çeşitliliğine Bir Bakış*, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- KÜMBETOĞLU, Belkıs, 2005, *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- LACAN, Jacques, 1977, “*Ectirts: A Selection*”, Norton, New York.
- LACAN, Jacques, 1994, *Jacques Lacan: Fallus’un Anlamı*, Çev. Saffet Murat Tura, Afa Yayıncılık, İstanbul.
- LEACOCK, Elenor, [1996] 2004, “Interpreting the Orgins of Gender Inequality”, in *Anthropological Theory*, ed. R.Jon McGeeg & Richard L. Warms, The McGra-Hill Company, NewYork.
- MACDONALD, Myra, 1995, *Representing Women*, Oxford University Press, London.
- MACİT, Nadim, 2006, *Küresel Güç Politikaları: Türkiye ve İslam*, Fark Yayınları, Ankara.
- MARINI M., Margaret, 1990, “Sex and Gender: What We Knows”, *Sociological Forum*, Vol.5, No.1 (Mar.)

- MASCIA-LEES, E. Frances, P. Sharpe and C. B. Cohen, 1989, “The Postmodernist Turn in Anthropology: Cautions Form a Feminist Perspective”, in *Signs*, Autumn, Volume 15, University Chicago Press.
- McLENNAN, David, 2005, *İdeoloji*, Çev. Barış Yıldırım, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- McLUHAN, Marshall, 1964, *Undrestanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill, Newyork.
- McLUHAN, Marshall and Fiore Quentin, 1967, *The Medium Is The Message*, Bantam Books, NewYork.
- McROBBIE, Angela, 1999, *Postmodernizm ve Popüler Kültür*, Sarmal Yayınevi, İstanbul.
- MEAD, Margaret, 1935, Introduction to Sex and Temperament in Three Primitive Societies, , in *Anthropological Theory*”, ed. R.Jon McGeeg & Richard L. Warms, The McGra-Hill Company, NewYork.
- MERİÇBOYU, Abdülkadir, [1967] 1983, *Bugünün Diliyle Teyfik Fikret*, Türk Klasikleri, 4.basım, İstanbul.
- MERNISSI, Fatima, 2004, “Bekâret ve Ataerki”, içinde Müslüman Toplumlarda Kadın ve Cinsellik, İletişim Yayınları, İstanbul.
- MICKLEWRIGHT, Nancy, 2000, “Müzişyenler ve Dans Eden Kızlar: Osmanlı Minyatürlerinde Kadın İmgeleri”, Modernleşme Eşiğinde Osmanlı Kadınları içinde, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- MILLS, C. Wright, 1974, *İktidar Seçkinleri*, Çev. Ünsal Oskay, Bilgi Yayınevi, İstanbul.
- MISIR, B. Bayram, E. Balta, [1998] 1999, *Modernizm, Postmodernizm ve Sol*, 2.Basım, Öteki Yayınevi, Ankara.
- MİNİBAŞ, Türkel, 1998, “Türkiye’nin Kalkınma Sürecinde Kadın İşgücü”, içinde Aydınlanmanın Kadınları, Çağ, İstanbul.
- MOORE, S. Jared, 1942-1943, “Beauty as Harmony”, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 2, No. 7, Winter.
- MOROĞLU, Nazan, 2005, *Uluslararası Belgelerde Kadın Erkek Eşitliği*, İstanbul Barosu Yayınları, İstanbul.
- MOROĞLU, Nazan, 2009, *Kadınların İnsan Hakları Sözleşmesi*, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul.
- NAVARO-YASHIN, Yael, 2002, *Faces of The State: Secularism and Public Life in Turkey*, Princeton University Press, New Jersey and Oxford.
- NOILLES, V. Enrique, 2010, “Bırakılan izler Silinebilir mi?”, içinde “Baudrilland”, Say, İstanbul.

- ORTNER, B. Sherry, [1996] 2004, "Is Female to Male as Nature Is to Culture, in Anthropological Theory", ed. R.Jon McGeeg & Richard L. Warms, The McGraw-Hill Company, NewYork.
- OSKAY, Ünsal, 2000, *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım*, Der Yayınevi, İstanbul.
- ÖĞDÜL, Rahmi, 2010, "Sanatta Güzel Beden", içinde Sanat Dünyamız (Mart-Nisan), YKY, İstanbul.
- ÖĞÜT, Hande, 2006, "Kadının Görsel İmgesi ve Temsil Biçimi", *Varlık Dergisi* s.1183, Nisan, İstanbul.
- ÖĞÜT, Hande, 2006, "Doğa, Kadın ve İktidar", *Varlık Dergisi* s.1187, Ağustos, İstanbul.
- ÖZBUDUN, Sibel, T. Demirel, Y. Demirel, 2000, *Kadın Yazıları*, Ütopya, Ankara.
- ÖZBUDUN, Sibel, B. Şafak ve N. S. Altuntek, [2005] 2007, *Antropoloji Kuram/Kuramcılar*, 2. Baskı, Dipnot Yayınları, Ankara.
- ÖZBUDUN, Sibel, C. Sarı ve T. Demirel, [2009] 2011, *Liberalizm/Muhafazakârlık Kısacasında Kadın*, 2.Bsk., Kaldıraç, İstanbul.
- ÖZDEM, Filiz, 2010, *Yeryüzünden Bin Bir Efsane*, YKY, İstanbul.
- ÖZER, Filiz, 2011, *Yüz yüze görüşme notları*, İTÜ Taşlıköşler Kampüsü, İstanbul.
- ÖZKAN, Ömer, 2011, "Divan Edebiyatında Kadın", içinde Ortaçağda Kadın, ed. Altan Çetin, Lotus Yayınevi, İstanbul.
- ÖZSÖZ, Cihad, 2010, "Pierre Bourdieu'nün Temel Kavramlarına Giriş", Sosyoloji Notları. Erişim: <http://İstifhane.files.wordpress.com/2010/04/bourdieutemelkavramlar.pdf>
- ÖZTÜRK, Y. Nuri, [1994] 2003, *Kur'an-ı Kerim ve Türkçe Meali*, 76. Baskı, Yeni Boyut, İstanbul.
- ÖZTÜRK, Şeyda, 2011, "Cinsel Yönelimler ve Queer Kuram", Önsöz, içinde Cogito, Yapı Kredi Yayınları, sayı:65-66, İstanbul.
- PAKER, K. Oya, 2003, "Gündelik Bilginin İnşası Bağlamında Sosyal Temsiller: Modernlik, Gelenek ve Din", içinde Kültür ve Modernite, Der. Gönül Pultar, Emine O. İncirlioğlu ve Bahattin Akşit, Tetragon İletişim ve Türkiye Kültür Araştırmaları, Ankara.
- PARETO, Vilfredo, 2005, *Seçkinlerin Yükselişi ve Düşüşü*, Çev. M. Zeynep Doğan, Doğubatı Yayınları, Ankara.
- PARLA, Taha, 1989, *Ziya Gökalp, Kemalizm ve Türkiye'de Korporatizm*, İletişim Yayınlar, İstanbul.

- PEIRCE, P. Leslie, [1996] 2000, *Harem-i Hümayun Osmanlı İmparatorluğu'nda Hükümranlık ve Kadınlar*, Çev. Ayşe Berkay, 3. Baskı, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayınları, İstanbul.
- PEKTAŞ, Hafize, 2006, *Moda ve Postmodernizm, "Basılmamış" Doktora Tezi*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı Resim-İş Öğretmenliği Bilim Dalı, Konya.
- PETEK, Hasan, 2006, "Güzelleştirme Amaçlı Estetik Ameliyatlardan Kaynaklanan Hukuki Sorumluluk", *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayını, cilt 8, sayı 1, İzmir.
- POLATLI, Aydın, 2009, *Reaktif Bozukluklar "Puerilizm"*, Makaleler.com. Erişim: <http://www.makaleler.com/bilim-makaleleri/reaktif-psikozlar.htm>
- PICARDIE, Justine, 2011, *Coco Chanel*, Artemis Yayınları, İstanbul.
- REED, Evelyn, [1987] 2004, *Bilim ve Cinsiyet Ayrımı*, 2. bs., Payel Yayınları, İstanbul.
- REICHE, Reimut, 2006, *Cinsellik ve Sınıf Mücadelesi*, Gri Yayınları, İstanbul.
- REISCHER Erica and Kathryn Koo, 2004, "The Body Beautiful: Symbolism and Agency in The Social World", *Annual Review of Anthropology*, Vol. 33
- ROGERS, Carol Susan, 1975, "Female Forms Power and the Myth of Male Dominance: A Model of Female/Male Interaction in Peasant Society", *American Ethnologist*, Vol. 2., No.2, Sex Roles in Crosss-Cultural Perspective, November.
- SCHICK, Cemil Irvin, 2011, *Bedeni, Toplumu, Kâinatı Yazmak*, İletişim İstanbul.
- SEVİN, N., 2011, *Ortaçağda Kadın*, ed. Altan Çetin, Lotus Yayınevi, İstanbul.
- SEZER, M. Özlem, [2010] 2011, *Masallar ve Toplumsal Cinsiyet*, 2.Bs., Evrensel Yayınları, İstanbul.
- SIMMEL, Georg, [1904] 1957, "'Fashion' International Quarterly", republished *American Journal of Sociology*, May, 62(6).
- SİLİER, Yıldız, 2010, *Oburluk Çağı*, Yordam Yayınları, İstanbul.
- SKINNER, Qentin, 1991, *Çağdaş Temel Kuramlar*, çev. Ahmet Demirkan, Vadi Yayınları, Ankara.
- SMITH, Philip, 2007, *Kültürel Kuram*, Babil Yayınları, 2.Baskı, İstanbul.
- STANTON, C. Domna, 1981, "The Fiction of Preciosite and the Fear of Women", *Yale French Studies*, No.62, Feminist Reading.
- STEVENSON, Burton, 1946, *The Home Book of Quotation*, The Blakiston Company, New York.

- STOREY, John, 2000, *Popüler Kültür Çalışmaları*, Çev. Koray Karaşahin, Babil Yayınları, İstanbul.
- STRAUSS, Levi, 1995, *İrk-Tarih-Kültür*, Metis Yayınları, İstanbul.
- SWARTZ, David, 2011, *Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi*, Çev. Elçin Gen, İletişim Yayınları, İstanbul.
- SWINGEWOOD, Alan, [1991] 1998, *Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi*, 2.baskı, Çev. Osman Akinhay, Bilim ve Sanat, Ankara.
- SULLAM, Betsi, 2004, "Jinekmedya, Kadın Çalışmalarında Disiplinler Arası Çalışması", 1-4 Mart 2004 Sempozyum Bildiri Metinleri, Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul.
- SUNGUR, Z. Mehmet, 2009, *Sen, Ben ve Aramızdaki Her şey*, GOA Basın Yayın ve Tanıtım, İstanbul.
- TANGÖR, Ataman, 2011, "Fuhşun Psikolojisi ya da Sevgi ve Cinselliğin Ayrışması", içinde Bir Beyaz Gecede (Hikmet Çetinkaya), Yeni Gün Basın ve Yayıncılık, İstanbul.
- TANİLLİ, Server, [2006] 2010, *Ne Olursa Olsun Savaşıyorlar Kadın Sorununun Neresindeyiz?*, 2.Baskı, Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık, İstanbul.
- TANİLLİ, Server, [1972-1975] 2010, *Uygarlık Tarihi*, 24.Baskı, Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık, İstanbul.
- TANRIÖVER, U. Hülya, 2003, "Türkiye'de Televizyon Kültürü ve Kadınlar", içinde Kadın Yaşantıları, Bağlam, Ankara.
- TEKELİ, Şirin, 1982, "Women in Turkish Politics", içinde Women in Turkish Society, hazırlayan Nermin Abadan Unat, Leiden: E. J. Brill, The Netherlands.
- THOMPSON, Dorothy, 1984, "Kadınlar ve 19.yy Radikal Politikası: Yitirilmiş Bir Boyut", Kadın ve Eşitlik içinde, Kaynak Yayınları, Ankara.
- TİMİSİ, Nilüfer ve Meltem A. Gevrek, 2007, "1980'ler Türkiye'sinde Feminist Hareket: Ankara Çevresi, içinde 1990'larda Türkiye'de Feminizm, Der. Aksu Bora & Asena Gül, İletişim Yayınları, İstanbul.
- TOKBAY, Elif, 15. 08. 2010, "Tombul ve Güzel", *Cumhuriyet Pazar Dergisi*, sayı:1273.
- TOSUN B., Nurhan, 2004, "Reklam Ortamı Olarak Medyada Kadın İmajı", II. Cilt, Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sempozyumu Bildiri Metinleri, İstanbul.
- TOURAINÉ, Alain, 2007, *Kadınların Dünyası*, Kırmızı Yayınları, İstanbul.
- TUĞAL, Cihan, 2010, *Pasif Devrim İslami Muhalefetin Düzenle Bütünleşmesi*, Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

- TUĞAL, Cihan, 2010, *Pasif Devrim İslami Muhalefetin Düzenle Bütünleşmesi*, Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- TUNALI, İsmail, 2001, *Estetik, Remzi Kitabevi*, İstanbul.
- TURNER, Victor, [1996] 2004, “Symbols in Ndembu Ritual”, in *Anthropological Theory*, ed. R.Jon McGeeg & Richard L. Warms, The McGra-Hill Company, NewYork.
- TÜRK, H. Bahadır, 2010, “Eril Tahakkümü Yeniden Düşünmek: Erkeklik Çalışmaları İçin Bir İmkân Olarak Pierre Bourdieu”. Erişim: <http://istifhane.files.wordpress.com/2010/05/eriltahakkum.pdf>
- TÜRKDOĞAN, Orhan, 1992, “Halk Kültürü-Kitle Kültürü Farklılaşması”, IV: Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri, I. Cilt, Kültür Bakanlığı Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü Yayınları: 164, Seminer, Kongre Bildirileri Dizisi:34, Ankara. Erişim: <http://turkoloji.cu.edu.tr>
- TÜRMEN, Tomris, 2003, “Toplumsal Cinsiyet ve Kadın Sağlığı”, Toplumsal Cinsiyet Sağlık ve Kadın içinde, Ed. Ayşe Akın, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara.
- ULUÇAY, Çağatay, 1992, *Harem II*, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.
- UNAT-ABADAN, Nermin, 1998, “İdeoloji Açısından Kadın Araştırmaları”, 20. yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek içinde, Ed. Oya Çiftçi, Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü İnsan Hakları Araştırma ve Derleme Merkezi, Ankara.
- USLUATA, Ayseli, 1995, *İletişim*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- WATSON, Linda, 2007, *Modaya Yön Verenler*, Çev. Güneş Ayas, İstanbul Moda Akademisi, Güncel Yayıncılık, İstanbul.
- WITTING, Monique, 1981, “*One is Not Born a Women*”, Feminist Issue, c.1, no.2.
- YARAMAN, Ayşegül, 2001, *Resmi Tarihten Kadın Tarihine*, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- YAVİLİOĞLU, Cengiz, 2010, “Türkiye’de Özelleştirme Uygulamaları”, içinde Dünyada ve Türkiye’de Özelleştirme Uygulamaları: Teorik ve Tarihi Bir Perspektifi, ed. Cengiz Yavilioğlu, Güven Delice, Onur Özsoy, T.C. Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Yayını No:1, Ankara.
- YAZICI, Olcay, 2011, “Mars Venüs Depresyonda” Oturumu Notları, The Seed Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul.
- YETKİNER, K. Neslihan, 2004, “Kadın Bağlı Reklamlarındaki Dilsel ve Dilötesi Aktarımlar Üzerine Bir Araştırma”, Kadın Çalışmalarında Dsiplinlerarası Buluşma, II. Cilt, Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sempozyumu Bildiri Metinleri, İstanbul.

- YILDIRIM, Belma, 2008, Batı Sanatında İnsan Bedeni ve Değişen Anlamı, “Basılmamış” Yüksek Lisans Projesi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, İstanbul.
- YILMAZ, Ali, 2006, Artistik Anatomi Açısından Genç Türk Erkeklerinde Bazı Vücut Proporsiyonları, “Basılmamış” Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Trakya Üniversitesi Sağlık Bilimler Enstitüsü Morfoloji(Anatomi) Ana Bilim Dalı, Edirne.
- ZINGSEM, Vera, [2006] 2007, *Lilith*, 2.bs , Çev. Devrim Doğan Yüzer, Mitoloji Yayınları, İstanbul.
- ZISS, Avner, 2009, *Estetik*, Hayalbaz Kitap, İstanbul.
- ZUKIN, Sharon and Jennifer Smith Maguire, 2004, “Consumers and Consumption” Annual Review of Sociology, Vol. 30.

Sözlük, Dergi ve Gazeteler

- Akyol K., P., 2010, “Küreselleşen Moda Bağlamında Blucin Kültürü Üzerine Bir Araştırma”, *Millî Folklor Dergisi*, Yıl 22, Sayı 86. Erişim: <http://www.millifolklor.com>
- Aytaç, Ömer, 2006, Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskaçında Boş Zaman, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 11. Erişim: <http://www.kosbed.koaceli.edu.tr/sayil1/11.pdf>
- American Society of Plastic Surgeons Report, 2010, “Plastic Surgery Statistics”. Erişim: <http://www.plasticsurgery.org/documents/news-resources/statistics/2010-statisticss/top-level/2010-us-cosmetic-reconstructive-plastic-surgery-minimally-invasive-statistics2.pdf>
- Arslan, Ali, 2007, “1995’ten Günümüze Türk Siyasi Elitlerinin Sosyolojik Analizi”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi* ISSN:1303-5134, Cilt:4, Sayı:1. Erişim: <http://www.insanbilimleri.com>
- Ask Oxford.com, 2010, “Beauty”. Erişim: <http://www.askoxford.com/results/?view=quot&freesearch=beauty&branch=14123648&textsearchtype=exact>
- Association of Ethical Guidelines for Good Research Practice, 1999. Erişim: <http://les1.man.ac.uk/asa/Ethics/ethics.htm>
- Aytolun, Zuhal, 22.07.2010, “Güzelliğin Bütün Çağları,” Sentez. Erişim: <http://www.sariyersentez.com/haber/788/haberler.php?id=1239048813>
- Barış, Aslı, 03.04.2011, “Moda İkonu Değil Eşitsizlik Simgesi”, *Radikal Gazetesi*. Erişim: <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalYazar&Date=03.04.2011>

- Bekaroğlu, A. Edip, 2008, “Başörtüsü Reklamları: Muhafazakâr Bir Dönüşüm Hikâyesi”, Birikim, sayı: 227, Mart. Erişim: [http://www.academia.edu/200486/Basortusu Reklamlari_Muhafazakâr_bir_Donusumun_Hikâyesi](http://www.academia.edu/200486/Basortusu_Reklamlari_Muhafazakâr_bir_Donusumun_Hikâyesi)
- Berktaş, Fatmagül, 04.10.2011, “Feminist Büyükannelerimizi Selamlamak”, *Radikal Gazetesi*. Erişim: <http://www.ucansupurge.org/turkce/index2.php?Hbr=338>
- Binyazar, Adnan, 05.09.2010, “Güzelliği Algılamak”, *Cumhuriyet Pazar Dergisi*, sayı:1276.
- Bonny, Tan, 2002, “Thaipusam”, Singapore Infopedia. Erişim: http://infopedia.nl.sg/articles/SIP_760_2004-12-27.html
- Botton de Alain, 2010, “Kusurun Cazibesi”, *Tempo Dergisi*, Mayıs, s.67.
- Carriero, Alessandra, 2011, “Shaping Our Bones”, Plus Magazine-Maths. Erişim: <http://plus.maths.org/content/shaping-our-bones>
- Calhoun, Craig, 2013, “Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları”, Çev. Güney Çeğin. Erişim: www.babilkulesi.org
- Dedeler, Sinan, 2012, “*Kalokagathia*”, Grek Estetiği ve Sanat Felsefesince Önemli Kavramlar, Fârâbî e-dergi, s:3 (Şubat). Erişim: <http://www.farabidergisi.com/pdf/sayı3/sinandedeler.pdf>
- Demez, Gönül, 2012, “Medyada Yeni Sağlık Anlayışları ve Kadın Bedeninin Temsili”, *Uluslararası İnsanbilimleri Dergisi*, Sayı: 9 (1). Erişim: <http://www.insanbilimdergisi.com>
- Devellioğlu, Ferit, [1993] 2009, *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lügat*, Aydın Kitabevi, 29. Basım, Ankara.
- Dil Derneği, [2000] 2008, *Yazım Kılavuzu*, Yeni Gün Haber Ajansı Basım ve Yayıncılık, 8.bs., Ankara.
- ECOCERT, 2011, Cosmetic Organic Standart. Erişim: <http://www.ecocert.com/en/cosmos>
- Etimoloji Sözlüğü, 2013, “Mizojini” Erişim: http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=gynophobia&searchmode=none
- Ersoy, Ersan, 2009, “Cinsiyet Kültürü”, içinde Kadın ve Erkek Kimliği”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:19, Sayı:2, Elazığ. Erişim: <http://web.firat.edu.tr/sosyabil/dergi/arsiv/cilt19/sayi2/209-230.pdf>
- Farquharson, Aytül, 9.05.2010, “Organik Kozmetikler Sahiden Organik mi?”, Pazar Postası.
- Frock & Frok, 2010, Coco’dan Bir Alıntı. Erişim:

http://www.google.com.tr/imgres?q=coco+chanel&hl=tr&sa=X&biw=1486&bih=763&tbnm=isch&prmd=imvns&tbnid=_G4xlT4VtrhEVM:&imgrefurl=http://frockandfork.wordpress.com/2010/04/27/coco-chanel-on-

Gençtürk-Hızal ve G. Senem, 2003, Bir iletişim Biçimi Olarak Moda: “Modus”un Sınırları, *İletişim Araştırmaları Dergisi*, Ankara. Erişim: <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/23/665/8484.pdf>

Genel Sağlık Bilgileri.com, 2008, Histeri. Erişim: <http://www.genelsaglikbilgileri.com/histeri/>

ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures Performed in 2010. Erişim: <http://www.isaps.org/files/html-contents/ISAPS-Procedures-Study-Results-2011.pdf>

Jenna Gourdreau, 2011, “The Hidden Dangers of Cosmetic Surgery”, Forbes. Erişim: <http://blogs.forbes.com/jennagoudreau/2011/06/16/hidden-dangers-of-cosmetic-surgery/>

Kadın ve Felsefe Söyleşisi, 27 Şubat 2007, “Prof. Dr. Ioanna Kuçuradı”, Ankara Barosu. Erişim: www.ankarabarusu.org.tr

Kalıpçı, İlknur, 1998, “Bursa’nın Kurtuluşuna İmza Atmış Bir Mücahit Kadınıımız Kara Fatma” Atatürk Araştırma Merkezi Başkanlığı, *Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi: Türkiye Cumhuriyeti 75.Yıl Özel Sayısı*, (Sayı 42, Cilt: XIV). Erişim: <http://www.atam.gov.tr/index.php?Page=DergiIcerik&IcerikNo=399>

Kübra Tekin Blog, 2013, “Barbaros Şansal ile Keyifli Bir Söyleşi”, (Mart). Erişim: www.kubratekin.com/2013/03barbaros-sansal-ile-keyifli-soylesi.html?m=1

Li, Lingbo, 2009, An Anthropological View Of Beauty Pageants. Erişim: <http://lingboli.com/life/miss-new-york-usa-2010-beauty-pageant-blog/an-anthropological-view-of-beauty-pageants/>

MEGEP, 2008, Grafik ve Fotoğraf: İnsan Figürü Çizimi, T.C Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara. Erişim: <http://megep.meb.gov.tr>

National Organic Programme, United States Department of Agriculture, 2008. Erişim: <http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5068442&acct=nopgeninfo>

Ökten, Şevket, 2009, “Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Güneydoğu Anadolu Bölgesinin Toplumsal Cinsiyet Düzeni”, *Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi*, Sayı 2/8. Erişim: http://www.sosyalarastirmalar.com/cilt2/sayi8pdf/okten_sevket.pdf

Özcan, Burcu, 2007, “Geç Kapitalist Tüketim Toplumunun Tüketici Kimliklerine Evsahipliği Yapan ‘Meta Beden’”, in E-journal of New World Sciences Academy Social Sciences, Volume 2, Number 3. Erişim: <http://www.newwsa.com>

Pakhare, Jayashree, 2011, “Risks and Dangers of Plastic Surgery”, içinde Buzzle.com. Erişim: <http://www.buzzle.com/articles/risks-dangers-plastic-surgery.html>

Püsküllüoğlu, Ali, [1995] 2007, *Türkçe Sözlük*, Can, 6.Basım, İstanbul.

Red House, 2010, “Simülasyon”, Richard Blakney, Serap Bezmez, Redhouse Yayınları, 26. Basım, İstanbul. Erişim: <http://www.redhouse.com>

Sosyal Bilgiler, 2009, “Atatürk’ten Sonra Türkiye: II. Dünya Savaşı ve Sonrası”. Erişim: <http://sosyalbilgilerci.blogcu.com/ataturk-ten-sonra-turkiye-ii-dunya-savasi-ve-sonrasi/5470000>

Spicoli, Al J., 2010, “Organic Certification-The Only Way to Buy Cosmetics”. Erişim: <http://www.ezinearticles.com>

Termbank İngilizce-Türkçe Psikoloji Sözlüğü, 2006, “Sembiyoz”. Erişim: <http://www.termbank.net/psychology/6130.html>

TurkceBilgi.Net, 2011, “Dil yetisi”. Erişim: <http://www.turkcebilgi.org/sozluk/dilbilimi-terimleri/dil-yetisi-langage-11360.html>

World Health Organization (WHO), 2009, “Life Expectancy”. Erişim: http://gamapserver.who.int/gho/interactive_charts/mbd/life_expectancy/atlas.html

ÖZGEÇMİŞ

EBRU GÜZEL



E-POSTA: ebru@ebruguzel.com.tr
TELEFON: 0532 2615003

EĞİTİM BİLGİLERİ

- **Doktora:** Yeditepe Üniversitesi Antropoloji Bölümü 2013.
Konu: “Kültürel Bağlamda Kadın ve Güzellik: Türkiye’de Bir İktidar Alanı Olarak Elitler Üzerinden Güzellik Anlayışına ve Bir Tüketim Nesnesine Dönüşen Kadın Sorununa Bakış”
- **Yüksek Lisans:** Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi 2007.
Konu: “Sosyolojik, Ekonomik ve Kültürel Değişimlerin Bir İletişim Aracı Olan Kadın Giyimine Yansımaları”
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü
“Moda Tarihi” Dersi.
- **Lisans:** Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otelcilik İşletmeciliği
Yüksekokulu 1998.

İŞ DENEYİMİ

Gazete:

- Hürriyet Cumartesi “SohPet” Köşesi 2012-
- Cumhuriyet Pazar Yazı ve Röportajlar 2010-2013

Dergi:

- Elele Dergisi Kadın Söyleşileri 2011-

Televizyon:

- Sky Türk “Ben Amazonum” (Haftalık) Estetik Güzellik ve Sağlık Programı
Yapım ve Sunumu 2010-2011
- Show Türk “Yaşamaya Değer” (Haftalık) Sağlıklı Yaşam Programı Sunumu 2009–2010

- Fashion Tv (MediaSA) Etkinlik Müdürü ve Uluslararası Defile Sunumları 2006-2007

Akademik:

- Misafir Öğretim Elemanı 2007–2010
Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Moda Tasarımı Bölümü ve İletişim Fakültesi “İletişim Stratejileri” Dersi.

Özel Sektör:

- Akman Tekstil Ecobella Ev Tekstil Ürünleri Markası İletişim Müdürü 2004-2006
- DemSA İletişim Müdürü (Brandroom) 2007.

Modellik:

- Uğurkan Erez Moda Tanıtım ve Organizasyon Ajansı 2002-

ÖDÜLLER

- 2002 Best Model Türkiye ikincisi
- 2003 Miss. Tourism Intercontinental (in Malesia) Dünya Güzellik Yarışması ikincisi

SOSYAL ÇALIŞMALAR:

- “Rüya Bir Gün” Çocuk Projesi Gelişim Sorumlusu 2013-
- Türk Böbrek Vakfı Gönüllü Üyesi 2005-
- TOÇEV Manevi Aile 2005-